

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Perbandingan Starbucks dan Kompetitor.....	2
Tabel 1. 2 Waktu dan Periode Penelitian .....	8
Tabel 2. 1 Jurnal Nasional.....	19
Tabel 2. 2 Jurnal Internasional.....	22
Tabel 2. 3 Kerangka Pemikiran.....	25
Tabel 3. 1 Operasionalisasi variabel .....	30
Tabel 3. 2 Pengukuran Skala Likert.....	33
Tabel 3. 3 Hasil Uji Validitas Variabel Membership (X).....	37
Tabel 3. 4 Hasil Uji Validitas Variabel Brand Engagement (Y).....	38
Tabel 3. 5 Kriteria Reliabilitas .....	39
Tabel 3. 6 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Membership.....	40
Tabel 3. 7 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Brand Engagement .....	40
Tabel 3. 8 Interval Persentase Skor.....	42
Tabel 3. 9 Derajat Kekuatan Hubungan Antar Variabel.....	45
Tabel 4. 1 Rincian Penyebaran Kuisisioner.....	49
Tabel 4. 2 Tanggapan Responden Dimensi Value Equity .....	54
Tabel 4. 3 Tanggapan Responden Dimensi Relationship Equity.....	56
Tabel 4. 4 Tanggapan Responden Dimensi Brand Equity .....	58
Tabel 4. 5 Tanggapan Responden Dimensi Attention .....	60
Tabel 4. 6 Tanggapan Responden Dimensi Absorption.....	61
Tabel 4. 7 Tanggapan Responden Dimensi Enthusiasm.....	63
Tabel 4. 8 Tanggapan Responden Dimensi Identification .....	64
Tabel 4. 9 Tanggapan Responden Dimensi Interaction .....	66
Tabel 4. 10 Hasil Uji Normalitas .....	69
Tabel 4. 11 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	70
Tabel 4. 12 Hasil Uji Korelasi.....	70
Tabel 4. 13 Hasil Uji Regresi Linier Sederhana .....	71
Tabel 4. 14 Hasil Uji Koefisien Determinasi .....	72
Tabel 4. 15 Hasil Uji Hipotesis Parsial (Uji t) .....	73