

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 - Penelitian Terdahulu	1
Tabel 3. 1 - Karakteristik Penelitian	7
Tabel 3. 2 - Operasional Variabel.....	10
Tabel 3. 3 - Pengukuran Skala Likert	24
Tabel 3. 4 - Pengumpulan Data	30
Tabel 3. 5 - Uji Validitas Menu Innovation	32
Tabel 3. 6 - Uji Validitas Packaging Innovation	32
Tabel 3. 7 - Uji Validitas Brand Experience	33
Tabel 3. 8 - Uji Validitas Customer Engagement.....	33
Tabel 3. 9 - Uji Validitas Brand Evangelism	34
Tabel 3. 10 - Parameter Uji Reliabilitas.....	35
Tabel 3. 11 - Hasil Uji Reliabilitas Kuesioner Penelitian	35
Tabel 3. 12 - Kriteria Interpretasi Skor	37
Tabel 3. 13 - Parameter Uji Validitas dan Reliabilitas	40
Tabel 3. 14 - Rule of Thumb Evaluation Structural Model	41
Tabel 4. 1 - Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	44
Tabel 4. 2 - Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	45
Tabel 4. 3 - Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	46
Tabel 4. 4 - Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan/Uang Saku per-Bulan	47
Tabel 4. 5 - Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	48
Tabel 4. 6 - Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Mengunjungi Starbucks dalam 1 Bulan Terakhir.....	49
Tabel 4. 7- Karakteristik Responden Berdasarkan Kepemilikan Starbucks Member	49
Tabel 4. 8 - Tanggapan Responden Terhadap Variabel Menu Innovation	51
Tabel 4. 9 - Tanggapan Responden Terhadap Variabel Packaging Innovation	59
Tabel 4. 10 - Tanggapan Responden Terhadap Variabel Brand Experience	65
Tabel 4. 11 - Tanggapan Responden Terhadap Variabel Customer Engagement.....	73

Tabel 4. 12 - Tanggapan Responden Terhadap Variabel Brand Evangelism	78
Tabel 4. 13 - Nilai Average Variance Expected (AVE)	85
Tabel 4. 14 - Nilai Loading Factor	86
Tabel 4. 15 – Hasil Uji Discriminant Validity (Cross Loading)	88
Tabel 4. 16 - Hasil Uji Discriminant Validity (Fornell Larcker Criterion).....	91
Tabel 4. 17 - Uji Reliabilitas	92
Tabel 4. 18 - Nilai R-Square (R^2).....	95
Tabel 4. 19 - Nilai Q-Square (Q^2).....	96
Tabel 4. 20 - Nilai F-Square.....	97