

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Pangsa Pasar Persaingan Toko Roti Di Bandar Lampung.....	3
Tabel 2. Penelitian Terdahulu Tahun 2008 Dan Tahun 2010.....	30
Tabel 3. Operasional Variabel, Definisi, Indikator, Skala Pengukuran.....	34
Tabel 4. Nilai Validitas Variabel Kesadaran Merek.....	38
Tabel 5. Nilai Validitas Variabel Asosiasi Merek.....	39
Tabel 6. Nilai Validitas Variabel Persepsi Kualitas.....	39
Tabel 7. Nilai Validitas Variabel Loyalitas Merek.....	39
Tabel 8. Nilai Validitas Variabel Kepuasan Pelanggan.....	40
Tabel 9. Hasil Uji Reliabilitas.....	41
Tabel 10. Persentase Berdasarkan Jenis Kelamin Rspoden.....	42
Tabel 11. Persentase Berdasarkan Usia Responden.....	42
Tabel 12. Persentase Berdasarkan Pekerjaan Responden.....	43
Tabel 13. Intensitas Kunjungan Responden.....	43
Tabel 14. Persentase Mengenal Nama Dan Logo.....	44
Tabel 15. Persentase Mudah Diucap Dan Diingat.....	44
Tabel 16. Persentase Perbedaan Merek.....	45
Tabel 17. Persentase Tulisan Atau Lambang Menarik.....	45
Tabel 18. Persentase Merek Pertama Yang Muncul Dibenak.....	46
Tabel 19. Persentase Inovasi Desain Yang Menarik Dan Disuka.....	46

Tabel 20. Persentase Merek Yang Bermakna.....	47
Tabel 21. Persentase Dapat Memberikan Kesan Positif.....	47
Tabel 22. Persentase Merek Merupakan Asset Bernilai.....	47
Tabel 23. Persentase Berbagai Jenis Variasi.....	48
Tabel 24. Persentase Mengetahui Secara Detail Kualitas.....	49
Tabel 25. Persentase Merek Berkualitas Dan Memenuhi Kebutuhan.....	49
Tabel 26. Persentase Merek Disukai Setiap Konsumen.....	49
Tabel 27. Persentase Konsumen Yakin Akan Pembelian Produk.....	50
Tabel 28. Persentase Daya Tarik Merek.....	50
Tabel 29. Persentase Kesenangan Terhadap Pujian Merek.....	51
Tabel 30. Persentase Tertarik Akan Pembicaraan Kualitas.....	52
Tabel 31. Persentase Tanggapan Yang Baik Akan Merek	52
Tabel 32. Loyalitas Merek Dan Merekomendasikan.....	53
Tabel 33. Persentase Kenaikan Harga.....	53
Tabel 34. Persentase Kepuasan Akan Pembelian.....	54
Tabel 35. Persentase Pengalaman Pembelian.....	54
Tabel 36. Persentase Kemampuan Pelayanan.....	55
Tabel 37. Persentase Kesan Yang Baik Terhadap Merek.....	55
Tabel 38. Persentase Loyalitas Pelanggan Dan Merek Pilihan Utama.....	56
Tabel 39. Hasil Uji F.....	57
Tabel 40. Analisis Determinasi (R^2).....	58
Tabel 41. Hasil Uji T.....	59
Tabel 42. Uji Hipotesis Pengaruh Variabel X Terhadap Variabel Y.....	59