

## DAFTAR TABEL

		Halaman
Tabel 1.1	Penjualan Sepeda Motor di Indonesia	3
Tabel 1.2	Pangsa Pasar Sepeda Motor di Indonesia Tahun 2013	4
Tabel 3.1	Definisi Operasional, Indikator dan Skala Pengukuran	20
Tabel 3.2	Hasil Validitas Instrumen	22
Tabel 4.1	Tabulasi Silang Frekuensi Kunjungan dengan Pengeluaran Sekali Service	24
Tabel 4.2	Hubungan Antara Variabel Frekuensi Kunjungan dengan Pengeluaran Sekali Service	25
Tabel 4.3	Rekapitulasi Jawaban Responden Berdasarkan Variabel Penelitian	26
Tabel 4.4	Perhitungan KMO dan Barlett's Test Persepsi Kualitas	29
Tabel 4.5	Peran Indikator Terhadap Pembentukan Variabel Laten Persepsi Kualitas	30
Tabel 4.6	Perhitungan Komponen Matrik Variabel Laten Persepsi Kualitas	31
Tabel 4.7	Perhitungan KMO dan Barlett's Test Kesetiaan Merek	32
Tabel 4.8	Peran Indikator Terhadap Pembentukan Variabel Laten Kesetiaan Merek	32
Tabel 4.9	Perhitungan Komponen Matrik Variabel Laten Kesetiaan Merek	33
Tabel 4.10	Perhitungan KMO dan Barlett's Test Kesadaran Merek	34
Tabel 4.11	Peran Indikator Terhadap Pembentukan Variabel Laten Kesadaran Merek	35
Tabel 4.12	Perhitungan Komponen Matrik Variabel Laten Kesadaran Merek	36
Tabel 4.13	Perhitungan KMO dan Barlett's Test Citra Merek	36
Tabel 4.14	Peran Indikator Terhadap Pembentukan Variabel Laten Citra Merek	37
Tabel 4.15	Perhitungan Komponen Matrik Variabel Laten Citra Merek	38
Tabel 4.16	Hasil Perhitungan Regresi Pengaruh Persepsi Kualitas, Kesetiaan Merek dan Kesadaran Merek terhadap Citra Merek	39
Tabel 4.17	Pengaruh Parsial Persepsi Kualitas, Kesetiaan Merek dan Kesadaran Merek terhadap Citra Merek	40