

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1. Top Brand Index 2012-2016	6
Tabel 1.2. Indonesia Best Brand Index 2016	7
Tabel 1.3. Konsumsi Mie Instan di Dunia	8
Tabel 1.4. Konsumsi Mie Instan di Indonesia.....	9
Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu	35
Tabel 3.1. Definisi Operasional Variabel Brand Identity	48
Tabel 3.2. Definisi Operasional Variabel Brand Image	49
Tabel 3.3. Definisi Operasional Variabel Brand Trust	50
Tabel 3.4. Definisi Operasional Variabel Brand Loyalty	50
Tabel 3.5. Ukuran <i>Goodness Of Fit</i>	56
Tabel 4.1. Berdasarkan Jenis Kelamin	59
Tabel 4.2. Berdasarkan Usia	60
Tabel 4.3. Berdasarkan Pekerjaan	61
Tabel 4.4. Berdasarkan Jumlah Pembelian	62
Tabel 4.5. Uji Validitas Identitas Merek (<i>Brand Identity</i>)	64
Tabel 4.6. Uji Validitas Citra Merek (<i>Brand Image</i>)	66
Tabel 4.7. Uji Validitas Kepercayaan Merek (<i>Brand Trust</i>)	68
Tabel 4.8. Uji Validitas Loyalitas Merek (<i>Brand Loyalty</i>)	68
Tabel 4.9. Hasil Uji Reliabilitas	69
Tabel 4.10. Hasil Pengukuran Indikator Konstruk	71
Tabel 4.11. Hasil Perhitungan <i>Construct Reliability</i> dan <i>Variance Extracted</i> ...	72
Tabel 4.12. Persamaan Model Struktural	73
Tabel 4.13. Hasil <i>Goodness Of Fit</i>	75
Tabel 4.14. Pengujian Hubungan Model Struktural	79



Universitas
Esa Unggul

Universitas
Esa Unggul

Universitas
Esa Unggul