

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Tabel Model Hirarki <i>Effect</i>	29
Tabel 2.2 Tabel Operasional Variabel.....	30
Tabel 4.1 Tabel Usia Responden.....	49
Tabel 4.2 Tabel Jenis Kelamin.....	50
Tabel 4.3 Tabel Jenis Pekerjaan.....	51
Tabel 4.4 Tabel Dari mana mengetahui BreadLife.....	52
Tabel 4.5 Tabel Menggunakan media sosial <i>twitter</i>	53
Tabel 4.6 Tabel Mengetahui <i>account twitter</i> BreadLife.....	54
Tabel 4.7 Tabel <i>Follower twitter</i> BreadLife.....	55
Tabel 4.8 Tabel <i>Likes fan pages facebook</i> BreadLife	56
Tabel 4.9 Tabel Menerima informasi program promo melalui <i>account twitter</i> BreadLife.....	57
Tabel 4.10 Tabel Mengetahui media promo BreadLife lainnya selain media sosial seperti spanduk,poster, <i>banner, deskstand banner, dan flyer</i>	58
Tabel 4.11 Tabel Jangka waktu program promo BreadLife selama 4 bulan.....	59
Tabel 4.12 Tabel BreadLife melakukan promo pada saat momen spesial (natal & tahun baru)	60
Tabel 4.13 Tabel BreadLife melakukan perpanjangan batas waktu promo.....	61
Tabel 4.14 Tabel Melakukan pembelian berulang pada waktu program promo masih berlangsung	62

Tabel 4.15 Tabel Harga roti BreadLife lebih murah dibandingkan dengan roti lain sejenis.....	63
Tabel 4.16 Tabel Anda dengan sangat mudah menemukan <i>store</i> BreadLife pada setiap <i>mall</i> di Jakarta Barat.....	64
Tabel 4.17 Tabel Setiap produk BreadLife dibuat dengan bahan kualitas terbaik dan tanpa bahan pengawet.....	65
Tabel 4.18 Tabel Tekstur roti BreadLife lebih halus dibandingkan dengan produk roti lain yang sejenis.....	66
Tabel 4.19 Tabel penyajian produk " <i>fresh from the oven</i> " pada <i>store</i> BreadLife..	67
Tabel 4.20 Tabel <i>Top of Mind</i>	68
Tabel 4.21 Tabel <i>Brand Recall</i>	70
Tabel 4.22 Tabel <i>Brand Recognition</i>	71