

DAFTAR TABEL

Nomor	Nama Tabel	Halaman
1.1.	Produk <i>Private Brand</i> Kategori Ritel Modern	2
1.2.	Produk Makanan Ringan <i>Private Brand</i> Superindo.....	3
2.1.	Hasil Penelitian Terdahulu	38
2.2.	Rekap Hasil Penelitian Terdahulu.....	41
3.1.	Skala Likert	54
3.2.	Definisi Operasional Variabel	57
3.3.	Tingkat Reliabilitas	60
3.4.	Kriteria Uji t dan Uji F	64
4.1.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin dan Usia	68
4.2.	Karakteristik Respoden Berdasarkan Pendidikan Terakhir dan Pekerjaan	69
4.3.	Karakteristik Respoden Berdasarkan Pengeluaran Perbulan dan Berapa Kali Mengkonsumsi	70
4.4.	Karakteristik Respoden Berdasarkan Berapa Kali Mengkonsumsi dan Pernah Mengkonsumsi <i>Snack</i> Merek Lain	71
4.5.	Perbandingan Merek Makanan Ringan (<i>Snack</i>).....	72
4.6.	Hasil Uji Validitas	74
4.7.	Hasil Uji Reliabilitas	76
4.8.	Hasil Uji Normalitas.....	77
4.9.	Hasil Uji Multikolinearitas	78
4.10.	Hasil Statistik Deskriptif	80
4.11.	Hasil Uji Regresi <i>Brand Awareness</i> terhadap Persepsi <i>Intrinsik</i>	83
4.12.	Hasil Uji Koefisien Determinasi <i>Brand Awareness</i> terhadap Persepsi <i>Intrinsik</i>	85
4.13.	Hasil Uji Regresi <i>Brand Awareness</i> terhadap Persepsi <i>Ekstrinsik</i>	86
4.14.	Hasil Uji Koefisien Determinasi <i>Brand Awareness</i> terhadap Persepsi <i>Ekstrinsik</i>	88

4.15.	Hasil Uji Regresi <i>Brand Awareness</i> terhadap Sikap Konsumen.....	89
4.16.	Hasil Uji Koefisien Determinasi <i>Brand Awareness</i> terhadap Sikap Konsumen	91
4.17.	Hasil Uji Regresi <i>Brand Awareness</i> , Persepsi <i>Intrinsik</i> , Persepsi <i>Ekstrinsik</i> , Sikap Konsumen terhadap Minat Beli	92
4.18.	Hasil Uji Koefisien Determinasi <i>Brand Awareness</i> , Persepsi <i>Intrinsik</i> , Persepsi <i>Ekstrinsik</i> , Sikap Konsumen terhadap Minat Beli..	97
4.19.	Koefisien Jalur.....	102