

DAFTAR TABEL

	Halaman
1.1 Tabel <i>Market Share</i> Produk Mie Instan	3
1.2 Tabel <i>Market Share</i> Produk Mie Instan Sarimi Tahun 2012-2014.....	6
2.1 Tabel Dasar-Dasar Daya Tarik Emosional.....	20
2.2 Tabel Penelitian Terdahulu	29
3.1 Tabel <i>Skala Likert</i>	37
3.2 Tabel Definisi Operasional Variabel.....	40
3.3 Tabel Uji Reliabilitas	43
4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	48
4.2 Responden Berdasarkan Usia.....	49
4.3 Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	50
4.4 Responden Berdasarkan Pekerjaan	50
4.5 Responden Berdasarkan Berapa Kali Dalam Sebulan Membeli Mie Instan Sarimi.....	51
4.6 Responden Berdasarkan Membeli Mie Instan Selain Mie Instan Sarimi	52
4.7 Responden Berdasarkan Pernah Menonton Iklan Mie Instan Sarimi Di Televisi Yang Dibintangi Aliando Syarief	53
4.8 Responden Berdasarkan Berapa Kali Dalam Seminggu Melihat Iklan Mie Instan Sarimi	53
4.9 Hasil Uji Validitas.....	54
4.10 Hasil Uji Reliabilitas	56
4.11 Hasil Uji Normalitas.....	57
4.12 Hasil Uji Multikolonieritas.....	58
4.13 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	60
4.14 Hasil Uji t	61
4.15 Hasil Uji F	63
4.16 Hasil Koefisien Determinasi (R^2).....	63