

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Top Brand Indeks .....	6
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	21
Tabel 3.1 Variabel Operasional .....	31
Tabel 3.2 Skala Pengukuran .....	34
Tabel 3.3 Uji Validitas 30 Responden .....	40
Tabel 3.4 Uji Reliabilitas .....	42
Tabel 3.5 Kategori Skor Jawaban .....	45
Tabel 4.1 Validitas Brand Image Natasha .....	51
Tabel 4.2 Uji Validitas Keputusan Pembelian Natasha .....	51
Tabel 4.3 Realibility Brand Image Natasha .....	52
Tabel 4.4 Realibility Keputusan Pembelian Natasha .....	52
Tabel 4.5 Data Normalitas .....	53
Tabel 4.6 Analisis Sub Variabel Asosiasi Merek .....	56
Tabel 4.7 Analisis Sub Variabel Keunggulan Asosiasi Merek .....	57
Tabel 4.8 Analisis Sub Variabel Kekuatan Asosiasi Merek .....	58
Tabel 4.9 Analisis Sub Variabel Keunikan Asosiasi Merek .....	59
Tabel 4.10 Analisis Variabel Brand Image .....	60
Tabel 4.11 Analisis Sub Variabel Pengenalan Masalah .....	61
Tabel 4.12 Analisis Sub Variabel Pencarian Informasi .....	62
Tabel 4.13 Analisis Sub Variabel Pemilihan Alternatif .....	63
Tabel 4.14 Analisis Sub Variabel Keputusan Pembelian .....	64
Tabel 4.15 Analisis Sub Variabel Peliraku Pasca Pembelian .....	65
Tabel 4.16 Analisis Variabel Keputusan Pembelian .....	66
Tabel 4.17 Anova Brand Image dan Keputusan Pembelian .....	69
Tabel 4.18 Model Summary Brand Imge dan Keputusan Pembelian .....	69
Tabel 4.19 Uji t .....	70
Tabel 4.20 Hasil Regresi Linier Sederhana .....	71

