

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Jumlah Gerai Berdasarkan Jenis Usaha Fashion di Kota Bandung.....	4
Tabel 1.2	Daftar Pendapatan Heyjacker <i>Company</i> Tahun 2013-2016.....	6
Tabel 2.1	Data Penelitian Terdahulu Skripsi.....	19
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu Jurnal Nasional.....	24
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu Jurnal Internasional.....	29
Tabel 3.1	Variabel Operasional Penelitian.....	38
Tabel 3.2.	Skala Pengukuran.....	42
Tabel 3.3	Hasil Validitas Citra Merek Heyjacker <i>Company</i>	48
Tabel 3.4	Hasil Validitas Proses Keputusan Pembelian.....	48
Tabel 3.5	Hasil Realibilitas Citra Merek.....	50
Tabel 3.6	Hasil Realibilitas Proses Keputusan Pembelian.....	50
Tabel 3.7	Persentase Kriteria Penilaian Kuisisioner.....	51
Tabel 4.1	Tanggapan Responden Terhadap Dimensi <i>Brand Association</i>	59
Tabel 4.2	Tanggapan Responden Terhadap Dimensi <i>Favorability of Brand Association</i>	60
Tabel 4.3	Tanggapan Responden Terhadap Dimensi <i>Strength of Brand Association</i>	62
Tabel 4.4	Tanggapan Responden Terhadap Dimensi <i>Uniqueness of Brand Association</i>	63
Tabel 4.5	Tanggapan Responden Terhadap Variabel Citra Merek.....	64
Tabel 4.6	Tanggapan Responden Terhadap Dimensi Pengenalan Masalah.....	66
Tabel 4.7	Tanggapan Responden Terhadap Dimensi Pencarian Informasi.....	68
Tabel 4.8	Tanggapan Responden Terhadap Dimensi Evaluasi Alternatif.....	69

Tabel 4.9	Tanggapan Responden Terhadap Dimensi Keputusan Pembelian.....	70
Tabel 4.10	Tanggapan Responden Terhadap Dimensi Perilaku Pasca Pembelian.....	72
Tabel 4.11	Tanggapan Responden Terhadap Variabel Proses Keputusan Pembelian.....	73
Tabel 4.12	Hasil Uji Normalitas Variabel Proses Keputusan Pembelian (Y) pada <i>One-sample</i> Kolmogorov Smirnov <i>Text</i>	76
Tabel 4.13	Hasil Uji Multikolineritas.....	78
Tabel 4.14	Hasil Uji Autokorelasi Menggunakan Durbin-Watson.....	79
Tabel 4.15	Hasil Perhitungan Nilai Koefisien Persamaan Regresi.....	80
Tabel 4.16	Hasil perhitungan Nilai R.....	81