

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Perbandingan Starbucks dan Kompetitor.....	2
Tabel 1. 2 Waktu dan Periode Penelitian	8
Tabel 2. 1 Jurnal Nasional.....	19
Tabel 2. 2 Jurnal Internasional	22
Tabel 2. 3 Kerangka Pemikiran.....	25
Tabel 3. 1 Operasionalisasi variabel	30
Tabel 3. 2 Pengukuran Skala Likert.....	33
Tabel 3. 3 Hasil Uji Validitas Variabel Membership (X)	37
Tabel 3. 4 Hasil Uji Validitas Variabel Brand Engagement (Y).....	38
Tabel 3. 5 Kriteria Reliabilitas	39
Tabel 3. 6 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Membership	40
Tabel 3. 7 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Brand Engagement	40
Tabel 3. 8 Interval Persentase Skor.....	42
Tabel 3. 9 Derajat Kekuatan Hubungan Antar Variabel	45
Tabel 4. 1 Rincian Penyebaran Kuisioner.....	49
Tabel 4. 2 Tanggapan Responden Dimensi Value Equity	54
Tabel 4. 3 Tanggapan Responden Dimensi Relationship Equity.....	56
Tabel 4. 4 Tanggapan Responden Dimensi Brand Equity	58
Tabel 4. 5 Tanggapan Responden Dimensi Attention	60
Tabel 4. 6 Tanggapan Responden Dimensi Absorption.....	61
Tabel 4. 7 Tanggapan Responden Dimensi Enthusiasm	63
Tabel 4. 8 Tanggapan Responden Dimensi Identification	64
Tabel 4. 9 Tanggapan Responden Dimensi Interaction	66
Tabel 4. 10 Hasil Uji Normalitas	69
Tabel 4. 11 Hasil Uji Heteroskedastisitas	70
Tabel 4. 12 Hasil Uji Korelasi.....	70
Tabel 4. 13 Hasil Uji Regresi Linier Sederhana	71
Tabel 4. 14 Hasil Uji Koefisien Determinasi	72
Tabel 4. 15 Hasil Uji Hipotesis Parsial (Uji t)	73