

DAFTAR TABEL

Table 2.1 Dimensi dan Indikator Brand Image	25
Table 2.2 Dimensi dan indikator Customer Satisfaction.....	28
Table 2.3 Dimensi Brand Loyalty	31
Table 2.4 Dimensi Repurchase Decision	34
Table 2.5 Kajian Penelitian Nasional Terdahulu.....	39
Table 2.6 Kajian Penelitian Internasional Terdahulu	46
Table 2.7 Waktu dan Periode Penelitian.....	68
Table 3.1 Operasional Variabel	71
Table 3.2 Desain Pengukuran Skala.....	77
Table 3.3 Uji Validitas.....	83
Table 3.4 Uji Reliabilitas	85
Table 3.5 Kriteria Interpretasi Skor.....	87
Table 3.6 Rule of Thumb (Outer Model)	90
Table 3.7 Role of Thumb (Inner Model).....	91
Table 3.8 Kriteria Mode Fit.....	92
Table 4.1 Perincian Penyebaran Kuesioner Penelitian.....	99
Table 4.2 Perincian Jumlah Item Pengolahan Data Akhir.....	106
Table 4.3 Tanggapan Responden pada Brand Image	107
Table 4.4 Tanggapan Responden Pada Customer Satisfaction.....	111
Table 4.5 Tanggapan Responden Pada Brand Loyalty.....	117
Table 4.6 Tanggapan Responden Pada Repurchase Decision	120
Table 4.7 Outer Loading	125
Table 4.8 AVE	127
Table 4.9 Cross Loading	127
Table 4.10 Composite Reliability.....	129
Table 4.11 R-Square.....	131
Table 4.12 Predictive Relevance	132
Table 4.13 f Square	132
Table 4.14 Hasil Uji Kecocokan Model.....	133
Table 4.15 Uji Hipotesis (Special Direct Effect).....	134
Table 4.16 Uji Hipotesis (Specific Indirect Effect)	136
Table 4.17 Uji Hipotesis (MGA).....	137
Table 4.18 IPMA Results – Total Effects and Performance Scores	140
Table 4.19 IPMA Results with Characteristics	141