

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Pendahulu.....	22
Tabel 3.1 Karakteristik Penelitian.....	31
Tabel 3.2 Variabel Operasional.....	32
Tabel 3.3 Uji Validitas .....	38
Tabel 3.4 Uji Realibilitas .....	40
Tabel 3.5 Kategori Interpretasi Skor .....	41
Tabel 4.1 Pendapat Responden Mengenai Dimensi <i>Brand Awareness</i> .....	48
Tabel 4.2 Pendapat Responden Mengenai Dimensi <i>Perceived Quality</i> .....	50
Tabel 4.3 Pendapat Responden Mengenai Dimensi <i>Brand Association</i> .....	52
Tabel 4.4 Pendapat Responden Mengenai Dimensi <i>Brand Loyalty</i> .....	54
Tabel 4.5 Karakteristik Peringkat Rata-Rata <i>Brand Equity</i> .....	56
Tabel 4.6 Karakteristik Data Hasil Uji Mann Whitney <i>Brand Equity</i> .....	57
Tabel 4.7 Karakteristik Data Peringkat Rata-Rata Per Dimensi <i>Brand Equity</i> .....	57
Tabel 4.8 Karakteristik Data Hasil Uji Mann Whitney Per Dimensi <i>Brand Equity</i> .....	58
Tabel 4.9 Perbandingan <i>Brand Equity</i> Apparel H&M dan Uniqlo .....	59