

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Produk dari J.CO Donuts & Coffee.....	3
Tabel 1.2 Produk Asli Indonesia Yang Menggunakan Merek Berbahasa asing.....	5
Tabel 1.3 TOP Brand Toko Donat Tahun 2019 – 2021.....	7
Tabel 1.4 Waktu Penelitian.....	10
Tabel 2.1 Proses Penafsiran Persepsi.....	19
Tabel 3.1 Operasional Variabel.....	34
Tabel 3.2 Skala Pengukuran.....	36
Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas Variabel Foreign Branding.....	39
Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas Variabel Citra Merek (Y1).....	39
Tabel 3.5 Hasil Uji Validitas Variabel Persepsi Konsumen (Y2).....	40
Tabel 3.6 Uji Reliabilitas Variabel Foreign Branding (X).....	40
Tabel 3.7 Uji Reliabilitas Variabel Citra Merek (Y1).....	41
Tabel 3.8 Uji Reliabilitas Variabel Persepsi Konsumen (Y2).....	42
Tabel 3.9 Kategori Penilaian.....	44
Tabel 3.10 Koefisien Korelasi.....	46
Tabel 4.1 Responden Terhadap Sub Variabel Keesklusifan.....	54
Tabel 4.2 Responden Terhadap Sub Variabel Nama Merek.....	55
Tabel 4.3 Responden Terhadap Sub Variabel Nilai.....	59
Tabel 4.4 Total Penilaian Responden Terhadap Variabel (X).....	62
Tabel 4.5 Responden Terhadap Sub Variabel Strenght Of Brand Association.....	64
Tabel 4.6 Responden Terhadap Sub Variabel Favorable Of Brand Association.....	66
Tabel 4.7 Responden Terhadap Sub Variabel Uniqueness Of Brand Association.....	69
Tabel 4.8 Total Penilaian Responden Terhadap Variabel Citra Merek.....	71
Tabel 4.9 Responden Terhadap Sub Variabel Selection (Seleksi).....	73
Tabel 4.10 Responden Terhadap Sub Variabel Organization (Organisasi).....	75
Tabel 4.11 Responden Terhadap Sub Variabel Interpretation (Interpretasi).....	77
Tabel 4.12 Total Penilaian Responden Terhadap Variabel Persepsi Konsumen Variabel Persepsi Konsumen.....	79
Tabel 4.13 Hasil Uji Kolmogorov Smirnov.....	81
Tabel 4.14 Hasil Uji Korelasi.....	83
Tabel 4.15 Koefisien Korelasi.....	84

Tabel 4.16 Hasil Uji Determinasi.....	85
Tabel 4.17 Hasil Uji Determinasi.....	86
Tabel 4.18 Hasil Regresi Linier Sederhana.....	87
Tabel 4.19 Hasil Regresi Linier Sederhana.....	88
Tabel 4.20 Hasil Perhitungan Uji-T Variabel Foreign Branding (X) Terhadap Citra Merek.....	90
Tabel 4.21 Hasil Perhitungan Uji-T Variabel Foreign Branding (X) Terhadap Persepsi Konsumen.....	91