

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Ringkasan Penelitian terdahulu	31
Tabel 3.1	Definisi Operasional Variabel	42
Tabel 3.2	Skala Likert	44
Tabel 3.3	Tabel Interpretasi	45
Tabel 4.1	Kriteria Penilaian Responden	52
Tabel 4.2	Distribusi Frekuensi Variabel <i>Brand Awareness</i>	53
Tabel 4.3	Distribusi Frekuensi Variabel <i>Brand Image</i>	54
Tabel 4.4	Distribusi Frekuensi Variabel <i>Emotional Branding</i>	55
Tabel 4.5	Distribusi Frekuensi Variabel <i>Purchase decision</i>	56
Tabel 4.6	Hasil Uji Validitas Instrumen Responden	56
Tabel 4.7	Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Responden	57
Tabel 4.8	Kolmogorov-Smirnov Test	59
Tabel 4.9	Hasil uji Multikolinearitas	59
Tabel 4.10	Hasil Uji Heteroskedastisitas	60
Tabel 4.11	Hasil Uji Autokorelasi	61
Tabel 4.12	Hasil Uji Regresi Linear Berganda	63
Tabel 4.13	Hasil Uji Koefisien Determinasi	63
Tabel 4.14	Hasil Uji t	65
Tabel 4.15	Hasil Uji F	66