

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 <i>Top Brand Award</i> Kategori <i>White Coffee</i> Tahun 2014 – 2016.....	4
Tabel 2.1 Skala Sumber Kredibilitas .....	21
Tabel 3.1 Jumlah Populasi 1 Minggu Waroeng Hijrah Kopi Hitam Medan.....	45
Tabel 3.2 Layout Angket.....	51
Tabel 4.1 Identifikasi Responden.....	62
Tabel 4.2 Nilai r hitung Untuk Variabel Daya Tarik ( $X_1$ ) .....	64
Tabel 4.3 Reabilitas Angket Variabel Daya Tarik ( $X_1$ ). .....	65
Tabel 4.4 Nilai r hitung Untuk Variabel Dapat Dipercaya ( $X_2$ ) .....	65
Tabel 4.5 Reabilitas Angket Variabel Dapat Dipercaya( $X_2$ ) .....	66
Table 4.6 Nilar r hitung Untuk Variabel Keahlian ( $X_3$ ).....	66
Table 4.7 Reabilitas Angket Variabel Keahlian ( $X_3$ ).....	67
Table 4.8 Nilai r hitung Untuk Variabel <i>Brand Image</i> (Y) .....	68
Tabel 4.9 Reability Angket Variabel <i>Brand Image</i> (Y).....	68
Tabel 4.10 Skor Data Variabel Daya Tarik ( $X_1$ ).....	69
Tabel 4.11 Skor Data Variabel Dapat Dipercaya ( $X_2$ ).....	70
Tabel 4.12 Skor Data Variabel Keahlian ( $X_3$ ) .....	71
Tabel 4.13 Skor Data Variabel <i>Brand Image</i> (Y) .....	72
Tabel 4.13 Coefficients .....	73
Tabel 4.15 Hasil Uji $R^2$ .....	73
Tabel 4.16 Hasil Perhitungan Regresi Linear Berganda.....	77
Tabel 4.17 Uji F .....	78
Tabel 4.18 Uji T .....	79



THE  
*Character Building*  
UNIVERSITY