

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Top Brand Index For Gen-Z di Bidang Restoran <i>Fastfood</i> .....	5
Tabel 1.2 Top Brand Index di Bidang Restoran Pizza .....	5
Tabel 1.3 Daftar Nama Gerai Pizza Beserta Lokasi .....	7
Tabel 1.4 Hasil Kuisisioner Pra Survey Pada Pengunjung Pizza Hut Restoran Jl. H. Adam Malik Medan .....	10
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu yang Relevan .....	41
Tabel 3.1 Data Populasi Konsumen Pizza Hut Restoran .....	49
Tabel 3.2 Defenisi Operasional Variabel .....	52
Tabel 3.3 Pedoman Pemberian Skor .....	55
Tabel 3.4 Lay Out Angket .....	55
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	67
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	67
Tabel 4.3 Hasil Penelitian Indikator Keunggulan Aosiasi Merek dengan Sub Indikator Kualitas Produk .....	68
Tabel 4.4 Hasil Penelitian Indikator Keunggulan Asosiasi Merek dengan Sub Indikator Harga yang Bersaing .....	69
Tabel 4.5 Hasil Penelitian Indikator Kekuatan Asosiasi Merek dengan Sub Indikator Persepsi Terhadap Produk .....	70
Tabel 4.6 Hasil Penelitian Indikator Kekuatan Asosiasi Merek dengan Sub Indikator Popularitas di Masyarakat .....	70
Tabel 4.7 Hasil Penelitian Indikator Keunikan Asosiasi Merek dengan Sub Indikator Ciri Khas .....	71
Tabel 4.8 Hasil Penelitian Indikator Keunikan Asosiasi Merek dengan Sub Indikator Produk Memiliki Banyak Variasi .....	72
Tabel 4.9 Hasil Tabulasi Tanggapan Responden Terhadap Variabel Citra Merek (X1) .....	72
Tabel 4.10 Hasil Penelitian Indikator Luas Daerah Perdagangan dengan Sub Indikator Membuka Cabang Baru .....	73
Tabel 4.11 Hasil Penelitian Indikator Luas Daerah Perdagangan dengan Sub Indikator Lokasi Parkir yang Luas dan Aman .....	74
Tabel 4.12 Hasil Penelitian Indikator Dapat Dicapai dengan Mudah dengan Sub Indikator Petunjuk Lokasi Jelas .....	75
Tabel 4.13 Hasil Penelitian Indikator Dapat Dicapai dengan Mudah dengan Sub Indikator Lokasi Strategis .....	75
Tabel 4.14 Hasil Penelitian Indikator Potensi Pertumbuhan dengan Sub	

Indikator Peningkatan Jumlah Produk .....	76
Tabel 4.15 Hasil Penelitian Indikator Potensi Pertumbuhan dengan Sub Indikator Pemasaran di Berbagai Daerah .....	77
Tabel 4.16 Hasil Penelitian Indikator Lokasi Saingan dengan Sub Indikator Jarak yang Tidak Terlalu Jauh .....	77
Tabel 4.17 Hasil Penelitian Indikator Lokasi Saingan dengan Sub Indikator Berada di Pusat Kota .....	78
Tabel 4.18 Hasil Tabulasi Tanggapan Responden Terhadap Variabel Lokasi (X2) .....	79
Tabel 4.19 Hasil Penelitian Indikator Periklanan dengan Sub Indikator Melalui Iklan Televisi .....	80
Tabel 4.20 Hasil Penelitian Indikator Periklanan dengan Sub Indikator Melalui Spanduk .....	80
Tabel 4.21 Hasil Penelitian Indikator Personal Selling dengan Sub Indikator Tenaga Penjual Melayani Konsumen yang Datang ke Toko .....	81
Tabel 4.22 Hasil Penelitian Indikator Personal Selling dengan Sub Indikator Tenaga Penjual Melakukan Penjualan di Luar Perusahaan .....	82
Tabel 4.23 Hasil Penelitian Indikator Promosi Penjualan dengan Sub Indikator Potongan Harga .....	82
Tabel 4.24 Hasil Penelitian Indikator Promosi Penjualan dengan Sub Indikator Memberikan Bonus .....	83
Tabel 4.25 Hasil Penelitian Indikator Publisitas dengan Sub Indikator Pemberian Sumbangan .....	84
Tabel 4.26 Hasil Penelitian Indikator Publisitas dengan Sub Indikator Menjadi Sponsor .....	85
Tabel 4.27 Hasil Tabulasi Tanggapan Responden Terhadap Variabel Promosi (X3) .....	86
Tabel 4.28 Hasil Penelitian Indikator Kemantapan Pada Sebuah Produk dengan Sub Indikator Bervariasi .....	86
Tabel 4.29 Hasil Penelitian Indikator Kemantapan Pada Sebuah Produk dengan Sub Indikator Kualitas Produk .....	87
Tabel 4.30 Hasil Penelitian Indikator Kebiasaan Dalam Membeli dengan Sub Indikator Terbiasa .....	88
Tabel 4.31 Hasil Penelitian Indikator Kebiasaan Dalam Membeli dengan Sub Indikator Kebutuhan .....	88
Tabel 4.32 Hasil Penelitian Indikator Memberi Rekomendasi Kepada Orang Lain dengan Sub Indikator Harga Yang Standar .....	89
Tabel 4.33 Hasil Penelitian Indikator Memberi Rekomendasi Kepada Orang Lain dengan Sub Indikator Merekomendasikan .....	90
Tabel 4.34 Hasil Penelitian Indikator Melakukan Pembelian Ulang dengan	

Sub Indikator Membeli .....	90
Tabel 4.35 Hasil Penelitian Indikator Melakukan Pembelian Ulang dengan Sub Indikator Pembelian Ulang .....	91
Tabel 4.36 Hasil Tabulasi Tanggapan Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian (Y) .....	92
Tabel 4.37 Hasil Rekapitulasi Variabel Citra Merek, Lokasi, Promosi, dan Keputusan Pembelian .....	92
Tabel 4.38 Hasil Uji Validitas .....	94
Tabel 4.39 Hasil Uji Reliabilitas .....	95
Tabel 4.40 Hasil uji Multikolinearitas .....	97
Tabel 4.41 Hasil Analisis Regresi Berganda .....	99
Tabel 4.42 Hasil Uji t .....	101
Tabel 4.43 Hasil Analisis Uji F .....	103
Tabel 4.44 Hasil Analisis Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ) .....	104

