

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Jumlah coffee shop di Bandung	2
Tabel 1.2	Volume pengunjung bulan Januari-desember 2014	7
Tabel 1.3	Tingkat loyalitas pengunjung	8
Tabel 2.1	Interpretasi terhadap merek	25
Tabel 2.2	Jenis loyalitas	37
Tabel 2.3	Penelitian terdahulu	39
Tabel 3.1	Jumlah pengunjung <i>BlueDoors</i> periode	50
Tabel 3.2	Operasional Variabel	53
Tabel 3.3	Bobot penilaian	56
Tabel 3.4	Pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi	61
Tabel 3.5	Pedoman Interpretasi Koefisien Determinasi	62
Tabel 4.1	Kelompok responden berdasarkan jenis kelamin	64
Tabel 4.2	Kelompok responden berdasarkan usia	65
Tabel 4.3	Pekerjaan responden	65
Tabel 4.4	Pendapatan responden perbulan	66
Tabel 4.5	Jumlah kunjungan responden <i>BlueDoors</i>	66
Tabel 4.6	Tabel penilaian jawaban	65
Tabel 4.7	Tanggapan responden mengenai Layout dan desain	68
Tabel 4.8	Tanggapan responden mengenai aroma kopi	68
Tabel 4.9	Tanggapan responden mengenai AC	69
Tabel 4.10	Tanggapan responden mengenai rasa kopi enak	70
Tabel 4.11	Tanggapan responden mengenai karyawan ramah	70
Tabel 4.12	Tanggapan responden mengenai pelayanan karyawan	71
Tabel 4.13	Tanggapan responden mengenai kualitas produk	71
Tabel 4.14	Tanggapan responden mengenai pengalaman	72
Tabel 4.15	Tanggapan responden mengenai harga	73
Tabel 4.16	Tanggapan responden mengenai secara keseluruhan	73

Tabel 4.17	Tanggapan responden mengenai memodifikasi produk	74
Tabel 4.18	Tanggapan responden mengenai mewakili gaya hidup	74
Tabel 4.19	Tanggapan responden mengenai rasa nyaman	75
Tabel 4.20	Tanggapan responden mengenai rasa perlu bergabung dengan komunitas	75
Tabel 4.21	Tanggapan responden mengenai menjadi follower	76
Tabel 4.22	Tanggapan responden Bluedoor menjadi bagian penting	76
Tabel 4.23	Tanggapan responden terhadap <i>Experiential Marketing</i>	77
Tabel 4.24	Tanggapan responden mengenai mengenal produk	78
Tabel 4.25	Tanggapan responden dapat mengingat produk dari logo	78
Tabel 4.26	Tanggapan responden mengenai produk mudah dikenal	79
Tabel 4.27	Tanggapan responden mengenai produk jual kualitas tinggi	79
Tabel 4.28	Tanggapan responden mengenai tetap beli produk	79
Tabel 4.29	Tanggapan responden mengenai rekomendasi pada orang	81
Tabel 4.30	Analisis tanggapan responden terhadap <i>Brand Equity</i>	81
Tabel 4.31	Tanggapan responden mengenai bersedia berkunjung	82
Tabel 4.32	Tanggapan responden mengenai akan memilih Bluedoor	82
Tabel 4.33	Tanggapan responden mengenai merekomendasikan	83
Tabel 4.34	Tanggapan responden mengenai yakin pada produk	84
Tabel 4.35	Analisis pernyataan responden terhadap pembelian ulang	84
Tabel 4.36	Uji validitas <i>Experiential Marketing</i>	85
Tabel 4.37	Uji validitas <i>Brand Equity</i>	86
Tabel 4.38	Uji validitas Pemberlian ulang konsumen	86
Tabel 4.39	Uji reliabilitas <i>Experiential Marketing</i>	87
Tabel 4.40	Uji reliabilitas <i>Brand Equity</i>	87
Tabel 4.41	Uji reliabilitas Pemberlian ulang konsumen	87
Tabel 4.42	Uji korelasi	88
Tabel 4.43	Uji korelasi	91