

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Variabel dan Skala Pengukuran	15
Tabel 3.2 Hubungan Intertval Korelasi	20
Tabel 4.1 Lima Restoran Cepat Saji Terbesar di Indonesia	22
Tabel 4.2 Jumlah Gerai Restoran Cepat Saji Pada Tahun 2017 dan 2018	23
Tabel 4.3 Logo Restoran Cepat Saji Sangat Menarik Perhatian	30
Tabel 4.4 Logo Mudah Dikenal	31
Tabel 4.5 Hal Spesifik Setelah Melihat Logo Restoran Cepat Saji	31
Tabel 4.6 Tersedianya Sarana Umum di Restoran Cepat Saji	32
Tabel 4.7 Suasana Nyaman di Restoran Cepat Saji	32
Tabel 4.8 Selalu Bersih Ketika Konsumen Meninggalkan Tempat	33
Tabel 4.9 Makanan dan Minuman Bervariasi	33
Tabel 4.10 Kualitas Makanan Yang Sangat Baik	34
Tabel 4.11 Terdapat Produk Unggulan Yang Disukai	34
Tabel 4.12 Pelayanan Yang Cepat dan Tepat	35
Tabel 4.13 Pelayanan Yang Ramah	35
Tabel 4.14 Waktu Menunggu Makanan	36
Tabel 4.15 Lokasi Mudah Dijangkau	36
Tabel 4.16 Banyaknya Gerai Restoran Cepat Saji	37
Tabel 4.17 Lokasi Yang Dapat Terlihat Jelas Dari Kejauhan	37
Tabel 4.18 Kepuasan Konsumen Terhadap Produk	38
Tabel 4.19 Kebutuhan Yang Terpenuhi Setelah Kunjungan	38
Tabel 4.20 Mengajak Teman Atau Keluarga Ke Restoran Cepat Saji	39
Tabel 4.21 Melakukan Perencanaan Terlebih Dahulu Sebelum Kunjungan	39
Tabel 4.22 Suasana di Restoran Cepat Saji Sesuai Keinginan Konsumen	40
Tabel 4.23 Logo - Jenis Kelamin	40
Tabel 4.24 Logo – Usia	41
Tabel 4.25 Suasana/Fasilitas – Pekerjaan	41
Tabel 4.26 Suasana/Fasilitas - Pendidikan Terakhir	42
Tabel 4.27 Produk – Pekerjaan	42
Tabel 4.28 Produk - Pendidikan Terakhir	43
Tabel 4.29 Pelayanan – Usia	43

Tabel 4.30 Pelayanan - Pendidikan Terakhir	44
Tabel 4.31 Akses Lokasi – Usia	44
Tabel 4.32 Akses Lokasi - Pekerjaan	44
Tabel 4.33 Kebutuhan Konsumen - Jenis Kelamin	45
Tabel 4.34 Kebutuhan Konsumen - Pekerjaan	45
Tabel 4.35 Minat Konsumen - Usia	46
Tabel 4.36 Minat Konsumen - Pendidikan Terakhir	46
Tabel 4.37 Harapan Konsumen – Pekerjaan	47
Tabel 4.38 Harapan Konsumen - Pendidikan Terakhir	47
Tabel 4.39 Korelasi Antara Kebutuhan Konsumen Dengan Indikator <i>Brand Image</i>	48
Tabel 4.40 Korelasi Antara Minat Konsumen Dengan Indikator <i>Brand Image</i>	49
Tabel 4.41 Korelasi Antara Harapan Konsumen Dengan Indikator <i>Brand Image</i>	50
Tabel 4.42 Korelasi Bivariat <i>Brand Image</i> dengan Persepsi Konsumen	51
Tabel 4.43 Koefisien determinasi	52