

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Teh Dalam Kemasan Siap Minum 2018	4
Tabel 1.2 Teh Dalam Kemasan Siap Minum Pada Fase 1	5
Tabel 1.3 Hasil Penelitian Prasurvey Dengan Indikator	7
Tabel 1.3 lanjutan Hasil Penelitian Prasurvey Dengan Indikator	9
Tabel 1.4 Hasil Penelitian Prasurvey Jenis Kelamin	11
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	32
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel	48
Tabel 3. 2 Instrumen skala likert	49
Table 4.1 Karakteristik Usia Responden	68
Tabel 4.2 Karakteristik Usia Responden.....	68
Tabel 4.3 Karakteristik Teh Botol sosro	69
Tabel 4.4 Karakteristik Ichi Ocha	70
Tabel 4.5 Karakteristik Produk Favorit	71
Tabel 4.6 Deskripsi Jawaban Responden Variabel Kualitas Produk Teh Botol Sosro	72
Tabel 4.7 Deskripsi Jawaban Responden Variabel Kualitas Produk Ichi Ocha	72
Tabel 4.8 Rekapitulasi Perbandingan Rata-Rata Pernyataan Persepsi Kualitas Produk Teh Botol Sosro Dan Ichi Ocha	73
Tabel 4.9 Deskripsi Jawaban Responden Variabel Cita Rasa Teh Botol Sosro.....	74
Tabel 4.10 Deskripsi Jawaban Responden Variabel Cita Rasa Ichi Ocha	75
Tabel 4.11 Rekapitulasi Perbandingan Rata-rata Pernyataan Persepsi Cita Rasa	75
Tabel 4.12 Deskripsi Jawaban Responden Variabel Merek Teh Botol Sosro.....	76
Tabel 4.13 Deskripsi Jawaban Responden Variabel Merek Ichi Ocha	77
Tabel 4.14 Rekapitulasi Perbandingan Rata-rata Pernyataan Persepsi Merek	77
Tabel 4.15 Deskripsi Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian Konsumen Teh Botol Sosro	78
Tabel 4.16 Deskripsi Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian Konsumen Ichi Och	79
Tabel 4.17 Rekapitulasi Perbandingan Rata-rata Pernyataan Persepsi Keputusan Pembelian Konsumen	80
Tabel 4.18 Uji Normalitas Variabel Teh Botol Sosro One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	82
Tabel 4.19 Uji Normalitas Variabel Ichi Ocha One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	83
Tabel 4.20 Normalitas Untuk Membedakan Nilai Rata-Rata Teh Botol Sosro Dan Ichi Ocha Ada Nilai Rata-Rata Ideal.....	84
Tabel 4.21 Uji Beda Rata-Rata Mann-Whitney test Kualitas Produk.....	85

Tabel 4.21 Uji Beda Rata-Rata Mann-Whitney test Cita Rasa	86
Tabel 4.22 Uji Beda Rata-Rata Mann-Whitney test Merek	87
Tabel 4.23 Uji Beda Rata-Rata Mann-Whitney test Keputusan Pembelian Konsumen	88
Tabel 4.25 Perbandingan Kualitas Produk, Cita Rasa, Merek Dan Keputusan Pembelian Konsumen	89
Tabel 4.26 Uji One Sample t Test Keseluruhan One-Sample Statistics	90
Tabel 4.27 Uji One Sample t Test Keseluruhan One-Sample Test.....	90



UNIVERSITAS
MERCU BUANA