**DAFTAR TABEL**

Tabel 2.1 Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Ulang

Bandeng Juwana Vaccum Melalui Kepuasan

Konsumen Sebagai Variabel Intervening…………………………… 18

Tabel 2.2 Pengaruh Persepsi Kualitas Produk, Citra Merek, Dan Promosi

Terhadap Minat Beli Konsumen Ban Achilles Di Jakarta Selatan….. 18

Tabel 2.3 *The Influence of Perceived Ease Of Use, perceived Usefulness*

*And Trust on Repurchase Intention of Lion Air Ticket*……………….. 19

Tabel 2.4 Hubungan Antara Kesadaran Merek, Kualitas Persepsian,

Kepercayaan Merek Dan Minat Beli Produk Hijau…………………. 19

Tabel 2.5 The Impact of Brand Awarness on Consumer Purchase Intention :

The Mediating Effect Of Perceived Quality And Brand Loyalty…….. 20

Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel *Perceived Quality* 26

Tabel 3.2 Operasionalisasi Variabel Minat Beli 27

Tabel 4.1 Pengujian Validitas Variabel *Perceived Quality* 38

Tabel 4.2 Pengujian Validitas Variabel Minat Beli Ulang 39

Tabel 4.3 Pengujian Reliabilitas Variabel *Perceived Quality* 40

Tabel 4.4 Pengujian Reliabilitas Variabel Minat Beli Ulang 40

Tabel 4.5 Presentase Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 41

Tabel 4.6 Presentase Responden Berdasarkan Usia 42

Tabel 4.7 Presentase Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir 42

Tabel 4.8 Presentase Responden Berdasarkan Pekerjaan 43

Tabel 4.9 Skor Rata-Rata *Perceived Quality* 44

Tabel 4.10 Skor Rata-Rata Minat Beli Ulang 46

Tabel 4.11 Pengujian Uji Normalitas 47

Tabel 4.12 Pengujian Uji Normalitas (lanjutan) 48

Tabel 4.13 Pengujian Uji Heteroskedastisitas 49

Tabel 4.14 Pengujian Uji F Anova 50

Tabel 4.15 Pengujian Uji F Anova (lanjutan) 50

Tabel 4.16 Pengujian Uji T Koefisien 51

Tabel 4.17 Pengujian Uji T Koefisien (lanjutan) 52

Tabel 4.18 Pengujian Uji Koefisien Determinasi 54

Tabel 4.19 Pengujian Uji Koefisien Determinasi (lanjutan) 55