

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Brand Jasa Pengiriman Barang	1
Tabel 2.1 Keterkaitan Strategi Pemasaran	18
Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu	29
Tabel 2.3 Kerangka Konsep	31
Tabel 3.1 Definisi Operasional dan Indikator Variabel X	35
Tabel 3.2 Definisi Operasional dan Indikator Variabel Y	35
Tabel 3.3 Tingkat Reliabilitas Berdasarkan Nilai Aplha	42
Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas Variabel X	43
Tabel 3.5 Hasil Uji Validitas Variabel Y	44
Tabel 3.6 Hasil Uji Reliabilitas Variabel X	45
Tabel 3.7 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y	45
Tabel 4.1 Top Brand Index 2020	47
Tabel 4.2 Top Brand Index 2021	47
Tabel 4.3 Usia	55
Tabel 4.4 Jenis Kelamin	55
Tabel 4.5 Status Pekerjaan	56
Tabel 4.6 Selalu berusaha dalam menarik perhatian customer baru	57
Tabel 4.7 Inovasi Produk baru dapat menarik konsumen baru	57
Tabel 4.8 Membenahi pelayanan pada produknya	58
Tabel 4.9 Saya menyukai design Logo dan konsep terbaru	59
Tabel 4.10 Logo dan konsep produk yang baru menarik perhatian	59
Tabel 4.11 Konten pada Instagram menarik perhatian	60
Tabel 4.12 Dengan warna dan design yang baru	60
Tabel 4.13 Menyukai memperkenalkan Logo dan Konsep terbaru	61
Tabel 4.14 Posting Logo dan Konsep Inovasi melalui Sosial Media	62
Tabel 4.15 Selalu berusaha untuk memberikan pelayanan yang terbaik	62
Tabel 4.16 Memilih menggunakan Inovasi Produk	63
Tabel 4.17 Inovasi yang diberikan oleh Pos Indonesia	64
Tabel 4.18 Menjawab kebutuhan konsumen	64
Tabel 4.19 Mampu menjadi solusi kebutuhan	65
Tabel 4.20 Memiliki pesan dan nilai yang menjanjikan	65
Tabel 4.21 Inovasi Produk unik dan berbeda	66
Tabel 4.22 Saya merasa terinspirasi Pos Indonesia “Pos Bloc”	67
Tabel 4.23 Saya merasa terinspirasi Pos Indonesia “Pos Aja”	67
Tabel 4.24 Saya merasa terinspirasi Pos Indonesia “Pos Pay”	68
Tabel 4.25 Rekapitulasi Variabel X	69
Tabel 4.26 Rekapitulasi Variabel Y	69
Tabel 4.27 Model Summary	70
Tabel 4.28 Tabel ANOVA	71
Tabel 4.29 Tabel Coefficients	72