

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Anak Perusahaan PT. Astra Internasional	7
Tabel 1.2 Data penjualan	8
Tabel 1.3 Daftar Harga Produk Toyota Avanza	9
Tabel 2.2 Kerangka Pemikiran	25
Tabel 2.3 Penelitian Terdahulu	26
Tabel 3.1 Variabel Operasional	30
Tabel 3.2 Kategori Interpretasi Skor	51
Tabel 3.3 Tabel Pedoman Koefisien Korelasi	52
Tabel 4.1 Uji Validitas X	56
Tabel 4.2 Uji Validitas Y	57
Tabel 4.3 Hasil Uji Reabilitas X	57
Tabel 4.4 Hasil Uji Reabilitas Y	57
Tabel 4.5 Tanggapan Responden Terhadap Dimensi Iklan	58
Tabel 4.6 Tanggapan Responden Terhadap Dimensi <i>Sales Promotion</i>	59
Tabel 4.7 Tanggapan Responden Terhadap Dimensi <i>Personal Selling</i>	60
Tabel 4.8 Tanggapan Responden Terhadap Dimensi <i>Public Relation</i>	61
Tabel 4.9 Tanggapan Responden Terhadap Dimensi <i>Direct Marketing</i>	62
Tabel 4.10 Tanggapan Responden Terhadap Dimensi Pengenalan Masalah	63
Tabel 4.11 Tanggapan Responden Terhadap Dimensi Pencarian Informasi	64
Tabel 4.12 Tanggapan Dimensi Evaluasi berbagai Alternatif	65
Tabel 4.13 Tanggapan Responden Terhadap Dimensi Keputusan Pembelian	66
Tabel 4.14 Tanggapan Responden Terhadap Dimensi Perilaku Purnabeli	67
Tabel 4.15 Deskripsi Tanggapan Responden Pada Variabel Bauran Promosi	68
Tabel 4.16 Deskripsi Pada Variabel Keputusan Pembelian	69
Tabel 4.17 Tabel Coefficients	70
Tabel 4.18 Tabel Anova	73
Tabel 4.20 Tabel Model Summary	74