

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	20
Tabel 3.1 Karakteristik Penelitian.....	30
Tabel 3.3 Operasional Variabel.....	32
Tabel 3.3 Skala Pengukuran.....	38
Tabel 3.4 Skala Pengukuran yang digunakan.....	39
Tabel 3.5 Validitas item bauran pemasaran / <i>promotion mix</i> .....	43
Tabel 3.6 Validitas item Keputusan Pembelian (Y).....	44
Tabel 3.7 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen.....	45
Tabel 3.7 Kategori Pengelompokan Presentase.....	47
Tabel 4.1 Hasil Tanggapan Responden tentang Bauran Promosi pada Bagian Iklan .....	59
Tabel 4.2 Hasil Tanggapan Responden tentang <i>sales promotion</i> / promosi penjualan.....	61
Tabel 4.3 Hasil Tanggapan Responden tentang <i>sales promotion</i> / promosi penjualan.....	63
Tabel 4.4 Hasil Tanggapan Responden tentang direct marketing / pemasaran langsung.....	65
Tabel 4.5 Hasil Tanggapan Responden tentang bauran pemasasran (X).....	67
Tabel 4.5 Hasil Tanggapan Responden tentang Keputusan Pembelian.....	68
Tabel 4.4 Hasil Uji Normalitas Kolmogrov-Smirnov.....	70
Tabel 4.5 Hasil Uji Multikolinieritas.....	71
Tabel 4.6 Hasil Uji Heterokedastisitas.....	72
Tabel 4.7 Hasil Anlisis Regresi Linier Berganda.....	73
Tabel 4.8 Hasil Uji T.....	74

Tabel 4.9 Kesimpulan hasil uji t.....	77
Tabel 4.10 Hasil Uji F.....	77
Tabel 4.11 Koefisien Determinasi.....	78