

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Clothing pesaing yang berada di sekitar daerah Trunojoyo, Bandung	3
Tabel 1.2 Data penjualan Screamous Juli – Desember 2017.	4
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	42
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel.....	52
Tabel 3.2 Uji Validitas Variabel X ₁ (<i>Public Relation</i>).....	59
Tabel 3.3 Uji Validitas Variabel X ₂ (<i>Price Position</i>).....	60
Tabel 3.4 Uji Validitas Variabel X ₃ (<i>Brand Image</i>).....	60
Tabel 3.5 Uji Validitas Variabel Y (<i>Purchase Intention</i>)	61
Tabel 3.6 Uji Realibilitas Variabel X ₁	63
Tabel 3.7 Uji Realibilitas Variabel X ₂	63
Tabel 3.8 Uji Realibilitas Variabel X ₃	63
Tabel 3.9 Uji Realibilitas Variabel Y	64
Tabel 3.10 Tingkat Hubungan Korelasi	68
Tabel 4.1 Tingkat Pengembalian Kuesioner	77
Tabel 4.2 Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	77
Tabel 4.3 Distribusi Responden Berdasarkan Usia	78
Tabel 4.4 Distribusi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	78
Tabel 4.5 Distribusi Responden Berdasarkan penghasilan per bulan	79
Tabel 4.6 Distribusi Responden Berdasarkan pekerjaan.....	79
Tabel 4.7 Distribusi Responden Berdasarkan informasi	80
Tabel 4.8 Uji Validitas Variabel X ₁ (<i>Public relation</i>).....	81
Tabel 4.9 Uji Validitas Variabel X ₂ (<i>Price Position</i>).....	81
Tabel 4.10 Uji Validitas Variabel X ₂ (<i>Brand image</i>).....	82
Tabel 4.11 Uji Validitas Variabel Y(<i>Purchase Intention</i>)	83
Tabel 4.12 Uji Reliabilitas Variabel X ₁	84
Tabel 4.13 Uji Reliabilitas Variabel X ₂	84
Tabel 4.14 Uji Reliabilitas Variabel Y	84

Tabel 4.15 Uji Reliabilitas Variabel Y	85
Tabel 4.16 Paparan atau Penampilan	87
Tabel 4.17 Kesadaran, Pemahaman atau Sikap terhadap produk.....	87
Tabel 4.18 Analisis Pernyataan Responden Mengenai <i>Public relation</i> (Variabel X ₁) secara Keseluruhan	88
Tabel 4.19 Keterjangkauan harga.....	89
Tabel 4.20 Kesesuaian Harga Dengan Kualitas Produk.....	90
Tabel 4.21 Daya Saing Harga.....	91
Tabel 4.22 Kesesuaian Harga Dengan Manfaat	92
Tabel 4.23 Analisis Pernyataan Responden Mengenai <i>Price Position</i> secara Keseluruhan.....	93
Tabel 4.24 Citra Perusahaan.....	95
Tabel 4.25 Citra Pemakai	96
Tabel 4.26 Citra Produk	97
Tabel 4.27 Analisis Pernyataan Responden Mengenai <i>Brand image</i> secara Keseluruhan.....	97
Tabel 4.28 Pengenalan Masalah.....	99
Tabel 4.29 Pencarian informasi.....	100
Tabel 4.30 Evaluasi Informasi.....	101
Tabel 4.31 Perilaku pasca pembelian	102
Tabel 4.32 Analisis Pernyataan Responden Mengenai <i>Purchase intention</i> (Variabel Y) secara Keseluruhan	102
Tabel 4.33 Uji Normalitas Data	105
Tabel 4.34 Multikolinearitas	106
Tabel 4.35 Regresi Berganda Pengaruh <i>Public relation, price position</i> dan <i>Brand image</i> Terhadap <i>Purchase intention</i>	108
Tabel 4.36 Koefisien Korelasi.....	109
Tabel 4.37 Pengujian Hipotesis (Uji F).....	110
Tabel 4.38 Analisis Koefisien Korelasi Secara Parsial <i>Public relation</i> Terhadap <i>Purchase Intention</i>	111
Tabel 4.39 Hasil Uji Hipotesis <i>Public relation</i> Terhadap <i>Purchase Intention</i> ..	112

Tabel 4.40 Analisis Koefisien Korelasi <i>Price Position</i> Terhadap <i>Purchase Intention</i>	113
Tabel 4.41 Hasil Uji Hipotesis <i>Price Position</i> Terhadap <i>Purchase Intention</i> ..	114
Tabel 4.42 Analisis Koefisien Korelasi <i>Brand image</i> Terhadap <i>Purchase Intention</i>	115
Tabel 4.43 Hasil Uji Hipotesis <i>Brand image</i> Terhadap <i>Purchase Intention</i>	116

