

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Tanggapan responden mengenai Personal Selling dan Brand Image pada 60 Percents Indonesia	7
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	37
Tabel 3. 1 Operasional Variabel.....	48
Tabel 3. 2 Skor atau bobot nilai berdasarkan Skala Likert.....	51
Tabel 3. 3 Skala interval.....	53
Tabel 3. 4 Tabel Durbin-Watson (D-W)	57
Tabel 3. 5 Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi	59
Tabel 4. 1 Data Responden Berdasarkan Usia	64
Tabel 4. 2 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	65
Tabel 4. 3 Data Responden Berdasarkan Pekerjaan	66
Tabel 4. 4 Hasil Uji Validitas Variabel Personal selling (X1)	67
Tabel 4. 5 Hasil Uji Validitas Variabel Brand image (X2).....	68
Tabel 4. 6 Hasil Uji Validitas Variabel Niat beli (Y).....	68
Tabel 4. 7 Uji Reliabilitas Variabel X1	69
Tabel 4. 8 Uji Reliabilitas Variabel X2	70
Tabel 4. 9 Uji Reliabilitas Variabel Y	70
Tabel 4. 10 Tanggapan Mengenai Dimensi Pendekatan pendahuluan.....	72
Tabel 4. 11 Tanggapan Mengenai Presentasi dan peragaan.....	73
Tabel 4. 12 Tanggapan Mengenai Mengatasi keberatan	74
Tabel 4. 13 Tanggapan Mengenai Menutup Penjualan	75
Tabel 4. 14 Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Personal selling	76
Tabel 4. 15 Tanggapan Responden Mengenai Favorability of brand association (Dukungan asosiasi merek).....	78
Tabel 4. 16 Tanggapan Responden mengenai Strength of brand association (kekuatan asosiasi merek)	79

Tabel 4. 17 Tanggapan Responden mengenai Uniqueness of brand association (keunikan asosiasi merek).....	80
Tabel 4. 18 Rekapitulasi Tanggapan Responden Variabel Brand image	81
Tabel 4. 19	82
Tabel 4. 22 Uji F.....	90

