

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	35
2. Jumlah Mahasiswa Laki-laki Program Reguler Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung Tahun 2010.....	37
3. Hasil Uji Validitas Kuisisioner untuk 30 Sampel Responden Pra Riset	40
4. Hasil Uji Reliabilitas Kuisisioner untuk 30 Sampel Responden Pra Riset...	41
5. Hasil Uji Autokorelasi.....	44
6. Hasil uji multikolinearitas	47
7. Organisasi FISIP Unila	52
8. Distribusi Frekuensi Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	54
9. Distribusi Frekuensi Karakteristik Responden Berdasarkan Jurusan	55
10. Distribusi Frekuensi Karakteristik Responden Berdasarkan Angkatan.....	55
11. Distribusi Frekuensi Jawaban Responden tentang Pernyataan terhadap Iklan Clas Mild di Televisi.....	57
12. Distribusi Frekuensi Jawaban Responden tentang Pernyataan terhadap Iklan Clas Mild di Radio	57
13. Distribusi Frekuensi Jawaban Responden tentang Pernyataan terhadap Iklan Clas Mild di Surat Kabar	58
14. Distribusi Frekuensi Jawaban Responden tentang Pernyataan terhadap Iklan Clas Mild di <i>Billboard</i>	59
15. Rangkuman nilai bobot seluruh pertanyaan variabel periklanan	60
16. Distribusi Frekuensi Jawaban Responden tentang Pernyataan terhadap Bonus yang Menarik dari Clas Mild	61

17. Distribusi Frekuensi Jawaban Responden tentang Pernyataan terhadap Paket Harga Murah dari Clas Mild	62
18. Distribusi Frekuensi Jawaban Responden tentang Pernyataan terhadap Kupon Undian dari Clas Mild	63
19. Rangkuman nilai bobot pertanyaan pertanyaan variabel promosi penjualan	63
20. Distribusi Frekuensi Jawaban Responden tentang Pernyataan terhadap Penampilan Menarik SPG Clas Mild	65
21. Distribusi Frekuensi Jawaban Responden tentang Pernyataan terhadap Pengetahuan SPG tentang produk Clas Mild	65
22. Distribusi Frekuensi Jawaban Responden tentang Pernyataan terhadap Sikap Ramah SPG Clas Mild	66
23. Distribusi Frekuensi Jawaban Responden tentang Pernyataan terhadap Komunikasi Aktif SPG Clas Mild'	67
24. Rangkuman Nilai Bobot Seluruh Pertanyaan Variabel Penjualan Perorangan.....	68
25. Distribusi Frekuensi Jawaban Responden tentang Pernyataan terhadap Pemberitaan Produk yang Aktual dari Clas Mild	69
26. Distribusi Frekuensi Jawaban Responden tentang Pernyataan terhadap Penyelenggaraan <i>Special Event</i> dari Clas Mild	70
27. Distribusi Frekuensi Jawaban Responden tentang Pernyataan terhadap Keterlibatan Sponsor dari Clas Mild.....	71
28. Rangkuman Nilai Bobot Pertanyaan Seluruh Pertanyaan Variabel Publisitas	71
29. Distribusi Frekuensi Jawaban Responden tentang Sering Memperhatikan Iklan Produk Clas Mild	73
30. Distribusi Frekuensi Jawaban Responden tentang Pengetahuan Perbedaan Produk Clas Mild dengan Pesaing.....	74
31. Distribusi Frekuensi Jawaban Responden tentang Menyukai Keunggulan Produk Clas Mild Dibanding Pesaing	75
32. Distribusi Frekuensi Jawaban Responden tentang Meyakini Kualitas Produk Clas Mild Lebih Baik Dibanding Pesaing	76
33. Distribusi Frekuensi Jawaban Responden tentang Keinginan Mencoba Membeli Produk Clas Mild Lebih Baik Dibanding Pesaing.....	77

34. Rangkuman Nilai Bobot Pertanyaan Seluruh Pertanyaan Variabel Minat Beli Konsumen.....	78
35. Model Persamaan Regresi Linier Berganda.....	79
36. Uji t	80
37. Uji F	85