

DAFTAR TABEL

3.4.2	Operasionalisasi Konsep	66
4.2.1.1	Jenis Kelamin Responden.....	86
4.2.1.2	Usia Responden	87
4.2.1.3	Tingkat Pendidikan Responden	88
4.2.1.4	Penghasilan Responden	89
4.2.2.1	Uji Validitas	90
4.2.2.2	Uji Reliabilitas	92
4.2.3.1.1	SPG membatasi konsumen dalam membandingkan produk Honda dengan produk lainnya	94
4.2.3.1.2	SPG cenderung memaksa konsumen untuk membeli produk Honda	95
4.2.3.1.3	SPG memberikan informasi mengenai produk dengan cara persuasif	96
4.2.3.2.1	SPG menciptakan hubungan yang baik dengan konsumen	98
4.2.3.2.2	SPG selalu memberikan motivasi terhadap konsumen	98
4.2.3.2.3	SPG memberikan respon positif terhadap konsumen	99
4.2.3.3.1	SPG bekerja sesuai Standar Operating Procedures (SOP)	100
4.2.3.4.1	SPG mendorong konsumen untuk lebih tertarik dalam memilih produk Honda	101
4.2.3.5.1	SPG terbuka untuk menerima saran, pendapat atau gagasan dari konsumen	102
4.2.3.6.1	SPG mengalihkan tanggung jawab atau pekerjaan kepada SPG lain	

.....	103
4.2.4.1.1 Informasi Tentang Kapan dan Dimana Produk Harus Dibeli	105
4.2.4.1.2 Berdasarkan kebutuhan	106
4.2.4.2.1 Pembelian Mobil Honda berdasarkan Sumber Pribadi	107
4.2.4.2.2 Pembelian Mobil Honda berdasarkan Sumber Komersial	108
4.2.4.3.1 Pembelian Mobil Honda berdasarkan Kualitas dan Kenyamanan dalam Berkendara	109
4.2.4.4.1 Pembelian Mobil Honda berdasarkan Keinginan Diri Sendiri	110
4.2.4.5.1 Konsumen Merekomendasikan Mobil Honda Kepada Orang lain berdasarkan Pengalaman Pribadi.....	111
4.3 Analisis Regresi	112
4.4 Pembahasan	115

