

DAFTAR TABEL

| | |
|--|-----------|
| Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu | 11 |
| Tabel 3.4 Operasionalisasi Konsep | 60 |
| Tabel 3.5 Interpretasi Koefisien Korelasi | 66 |
| Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas Variabel X | 86 |
| Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas Variabel Y | 87 |
| Tabel 4.4 Uji Reliabilitas | 89 |
| Tabel 4.5 Jenis Kelamin Responden | 90 |
| Tabel 4.6 Usia Responden | 91 |
| Tabel 4.7 Pendidikan Terakhir | 92 |
| Tabel 4.8 SPG A Mild memiliki Keterampilan komunikasi dalam pembinaan hubungan dan bertukar informasi | 93 |
| Tabel 4.9 SPG A Mild menyelesaikan pekerjaan dengan tepat pada waktunya sesuai dengan efektifitas waktu yang telah ditetapkan | 94 |
| Tabel 4.10 SPG tahu kapan boleh dan tidak boleh untuk menawarkan produknya | 95 |
| Tabel 4.11 Penilaian Dimensi Keterampilan Komunikasi | 96 |
| Tabel 4.12 SPG menyampaikan tentang informasi dari keunggulan produk A Mild | 97 |
| Tabel 4.13 SPG A Mild mampu menjawab pertanyaan-pertanyaan dari konsumen | 98 |

| | |
|---|------------|
| Tabel 4.14 Pengunjung dapat memahami setiap informasi yang disampaikan oleh SPG tentang produk A Mild | 99 |
| Table 4.15 Pengunjung merasa puas apabila hal-hal yang saya belum ketahui, SPG selalu dapat menjawabnya | 100 |
| Table 4.16 Penilaian Dimensi Pengetahuan Komunikasi | 101 |
| Tabel 4.17 Pembawaan / cara komunikasi SPG A Mild yang ramah, tidak agresif dan tahu kondisi lapangan..... | 102 |
| Tabel 4.18 Penyampaian SPG A Mild disampaikan dengan ucapan cukup jelas kepada anda dan memiliki komunikasi yang aktif dan luwes ... | 103 |
| Tabel 4.19 Penilaian Gaya Komunikasi | 104 |
| Tabel 4.20 Motivasi Komunikasi | 105 |
| Tabel 4.21 Penilaian Dimensi Motivasi Komunikasi | 106 |
| Tabel 4.22 Hasil Mean dari Variabel Bebas (Kompetensi Komunikasi) | 107 |
| Tabel 4.23 Anda mengenal merek Sampoerna A Mild dengan baik | 108 |
| Tabel 4.24 Penilaian Dimensi Kesadaran Merek | 110 |
| Tabel 4.25 Anda akan menyarankan dan mempromosikan ke orang lain untuk mengkonsumsi rokok merek Sampoerna A Mild | 111 |
| Tabel 4.26 Anda benar-benar menyukai rokok A Mild merek Sampoerna | 112 |
| Tabel 4.27 Penilaian Dimensi Loyalitas Merek | 113 |
| Tabel 4.28 Anda merasakan cerminan gaya yang dinamis dan aktif saat mengkonsumsi rokok A Mild | 114 |
| Tabel 4.29 Anda menemukan kepuasan dalam mengkonsumsi rokok A Mild | 115 |

| | |
|--|------------|
| Tabel 4.30 Penilaian Dimensi Asosiasi Merek | 116 |
| Tabel 4.31 Anda sering berpindah merek rokok Mild karena faktor harga | 116 |
| Tabel 4.32 Anda mengkonsumsi rokok A Mild karena alasan memiliki varian aroma yang beragam dan aroma yang enak | 118 |
| Tabel 4.33 Penilaian Dimensi Persepsi Kualitas | 119 |
| Tabel 4.34 Hasil Mean dari Variabel Terikat (<i>Brand Equity</i>) | 120 |
| Tabel 4.35 Uji Korelasi | 122 |
| Tabel 4.36 Uji Regresi | 123 |
| Tabel 4.37 Hasil Uji Regresi Linier | 124 |
| Tabel 4.38 Uji F | 126 |
| Tabel 4.39 Uji T | 127 |

