

## DAFTAR TABEL

<b>Nomor</b>	<b>Judul</b>	<b>Halaman</b>
2.1	Alat Promosi Penjualam.....	17
2.2	Penelitian Terdahulu.....	37
3.1	Oprasional Variabel.....	55
3.2	Populasi Penelitian.....	58
3.3	Formulasi Notasi, Nilai dan Prediksi Maing- Masing Pilihanj Jawaban .....	64
3.4	Formula Untuk Mencari Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung Antar Variabel Penelitian X1, X2, X3 terhadap Y.....	72
3.5	Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung Antar Variabel Penelitian X1, X2, dan X3 terhadap Y dan dampaknya terhadap Z.....	73
4.1	Rangkuman Jawban Konsumen Tentang Lokasi CV. Subur Jaya Motor Tasikmalaya.....	76
4.2	Rangkuman Jawaban Konsumen Tentang Promosi CV. Subur Jaya Motor Tasikmalaya.....	79
4.3	Rangkuman Jawaban Konsumen Tentang <i>Brand image</i> CV. Subur Jaya Motor Tasikmalaya.....	82
4.4	Rangkuman Jawaban Konsumen Tentang Minat beli CV. Subur Jaya Motor Tasikmalaya.....	85
4.5	Rangkuman Jawaban Konsumen Tentang keputusan Pembelian CV. Subur Jaya Motor Tasikmalaya.....	88
4.6	Pengaruh Langsung dan tidak langsung Lokasi (X1), Promosi (X2), <i>Brand Image</i> (X3) terhadap Minat Beli (Y) di CV. Subur Jaya Motor Tasikmalaya.....	93
4.7	Pengaruh Langsung Lokasi (X1), <i>Brand Image</i> (X2), dan Minat Beli (Y) terhadap Keputusan Pembelian (Z).....	96
4.8	Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung Lokasi (X1), Promosi (X2) dan <i>Brand Image</i> (X3) terhadap Minat Beli (Y) dan dampaknya terhadap Keputusan Pembelian (Z) di CV. Subur Jaya Motor Tasikmalaya.....	99

