

DAFTAR GAMBAR

| | |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Gambar 1. 1 Logo PT. Yamaha Indonesia Motor Manufacturing | 3 |
| Gambar 1. 2 Data Jumlah Unit Penjualan Motor Yamaha Mio dan Honda Beat ... | 9 |
| Gambar 1. 3 Data Jumlah Unit Penjualan Motor di Kota Bandung Bulan Januari- Desember Tahun 2014 | 11 |
| Gambar 1. 4 Data Jumlah Unit Penjualan Yamaha Mio dan Honda Beat di Kota Bandung Bulan Januari-Desember Tahun 2014 | 12 |
| Gambar 2. 1 Model Sederhana Proses Pemasaran | 18 |
| Gambar 2. 2 Lima Tahap Proses Pengambilan Keputusan | 23 |
| Gambar 2. 3 Kerangka Pemikiran | 44 |
| Gambar 3. 1 Tahapan Penelitian | 53 |
| Gambar 3. 2 Persentase dalam Garis Kontinum | 62 |
| Gambar 4. 1 Diagram Frekuensi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin Responden | 67 |
| Gambar 4. 2 Diagram Frekuensi Responden Berdasarkan Usia Responden | 68 |
| Gambar 4. 3 Diagram Frekuensi Responden Berdasarkan Profesi / Pekerjaan Responden | 69 |
| Gambar 4. 4 Diagram Frekuensi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir Responden | 70 |
| Gambar 4. 5 Diagram Frekuensi Responden Berdasarkan Penghasilan Responden | 71 |
| Gambar 4. 6 Posisi Sub Variabel Keunggulan Asosiasi Merek Terhadap Garis Kontinum | 73 |
| Gambar 4. 7 Posisi Sub Variabel Kekuatan Asosiasi Merek Terhadap Garis Kontinum | 75 |
| Gambar 4. 8 Posisi Sub Variabel Keunikan Asosiasi Merek Terhadap Garis Kontinum | 77 |
| Gambar 4. 9 Posisi Variabel Keputusan Pembelian Terhadap Garis Kontinum ... | 79 |