

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Logo Heyjacker <i>Company</i>	1
Gambar 1.2	Produk Utama dan <i>Merchandise</i> Heyjacker <i>Company</i>	3
Gambar 2.1	Lima Tahap Proses Keputusan Pembelian Konsumen.....	15
Gambar 2.2	Kerangka Pemikiran.....	35
Gambar 3.1.	Tahapan Penelitian.....	43
Gambar 3.2.	Garis Kontinum Kriteria Penilaian Kuesioner.....	52
Gambar 4.1	Jenis Kelamin Responden.....	56
Gambar 4.2	Usia Responden.....	57
Gambar 4.3	Penghasilan Perbulan Responden.....	58
Gambar 4.4	Status Pekerjaan Responden.....	58
Gambar 4.5	Persentase Dalam Garis Kontinum Dimensi <i>Brand Association</i> ..	60
Gambar 4.6	Persentase Dalam Garis Kontinum Dimensi <i>Fovarability of Brand Association</i>	61
Gambar 4.7	Persentase Dalam Garis Kontinum Dimensi <i>Strength of Brand Association</i>	62
Gambar 4.8	Persentase Dalam Garis Kontinum Dimensi <i>Uniqueness of Brand Association</i>	64
Gambar 4.9	Persentase Dalam Garis Kontinum Citra Merek.....	66
Gambar 4.10	Persentase Dalam Garis Kontinum Dimensi Pengenalan Masalah.....	67
Gambar 4.11	Persentase Dalam Garis Kontinum Dimensi Pencarian Informasi.....	68
Gambar 4.12	Persentase Dalam Garis Kontinum Dimensi Evaluasi Alternatif.....	70
Gambar 4.13	Persentase Dalam Garis Kontinum Dimensi Keputusan Pembelian.....	71
Gambar 4.14	Persentase Dalam Garis Kontinum Dimensi Perilaku Pasca Pembelian.....	72

Gambar 4.15	Persentase Dalam Garis Kontinum Proses Keputusan Pembelian.....	74
Gambar 4.16	Hasil Uji Normalitas Variabel Keputusan Pembelian (Y) pada Histogram.....	75
Gambar 4.17	Hasil Uji Normalitas Variabel Keputusan Pembelian (Y) pada P-P <i>Plot</i>	76
Gambar 4.18	Hasil Uji Heterokedastisitas.....	77