

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Logo Lawangwangi Creative Space	2
Gambar 1.2 Produk Domestik Bruto Tahun 2010-2015	3
Gambar 1.3 <i>Exterior</i> Lawangwangi Creative Space.....	6
Gambar 1.4 <i>Interior</i> Lawangwangi Creative Space	6
Gambar 1.5 Galeri Lawangwangi Creative Space	7
Gambar 1.6 Anjungan di Lawangwangi Creative Space	8
Gambar 2.1 Proses Keputusan Pembelian	17
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran.....	20
Gambar 3.1 Tahapan Penelitian.....	28
Gambar 3.2 Kriteria Interpretasi Nilai	36
Gambar 3.3 Kurva Distribusi t.....	38
Gambar 4.1 Deskripsi responden berdasarkan jenis kelamin	40
Gambar 4.2 Deskripsi responden berdasarkan usia	40
Gambar 4.3 Deskripsi responden berdasarkan profesi	41
Gambar 4.4 Deskripsi responden berdasarkan pendapatan	41
Gambar 4.5 Deskripsi responden berdasarkan domisili	42
Gambar 4.6 Garis Kontinum Variabel <i>Experiental Marketing</i> (X)	50
Gambar 4.7 Garis Kontinum Variabel Keputusan Pembelian (Y)	53
Gambar 4.8 Diagram Pengaruh <i>Experiental Marketing</i> Terhadap Keputusan Pembelian	55