

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Ashfa Salon <i>and Day Spa</i>	1
Gambar 1.2 Struktur Organisasi Ashfa Salon and Day Spa.....	3
Gambar 1.3 Grafik Jumlah Pelanggan Bulan Januari – Agustus 2017	6
Gambar 1.4 Grafik Jumlah <i>Treatment</i> Bulan Januari – Agustus 2017	7
Gambar 2.1 Pengaruh Utama dalam Perilaku Konsumen.....	20
Gambar 2.2 Model Lima Tahap Keputusan Pembelian	22
Gambar 2.3 Model Kerangka Pemikiran Penelitian	28
Gambar 3.1 Tahapan Penelitian	40
Gambar 3.2 Klasifikasi Penilaian Persentase Dalam Garis Kontinum	48
Gambar 3.3 Model Struktural Penelitian	49
Gambar 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	56
Gambar 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Agama.....	57
Gambar 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	58
Gambar 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Mengetahui Ashfa <i>Salon and Day Spa</i>	59
Gambar 4.5 Karakteristik Responden Pernah Mendapat Rekomendasi Untuk Berkunjung ke Ashfa Salon <i>and Day Spa</i> Sebelumnya	60
Gambar 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Dari Mana Anda Mendapat Rekomendasi	60
Gambar 4.7 Garis Kontinum Dimensi Aturan	64
Gambar 4.8 Garis Kontinum Dimensi Keluarga.....	66
Gambar 4.9 Garis Kontinum Dimensi Kelompok Refrensi	68
Gambar 4.10 Garis Kontinum Dimensi Kelas Sosial Budaya	70
Gambar 4.11 Garis Kontinum Variabel <i>Social Influence</i>	71
Gambar 4.12 Garis Kontinum Dimensi Pengendalian Masalah	74
Gambar 4.13 Garis Kontinum Dimensi Pencarian Informasi	76

Gambar 4.14 Garis Kontinum Dimensi evaluasi alternative	78
Gambar 4.15 Garis Kontinum Dimensi Keputusan Pembelian	80
Gambar 4.16 Garis Kontinum Dimensi Perilaku Pasca Pembelian	82
Gambar 4.17 Garis Kontinum Variabel Keputusan Pembelian	83
Gambar 4.18 Model Struktural Dengan Variabel <i>Social Influence</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	88