

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Logo Brodo	2
Gambar 1.2 Tampilan Website Brodo	3
Gambar 1.3 Produk Sepatu Brodo	4
Gambar 1.4 Produk Pakaian Brodo	4
Gambar 1.5 Produk Aksesoris Brodo	5
Gambar 1.6 Tampilan Brodo <i>Store</i> Bandung.....	5
Gambar 1.7 Struktur Organisasi Brodo	6
Gambar 1.8 <i>Outlet Performance</i> Brodo 2018.....	10
Gambar 1.9 Grafik <i>Sales</i> dan Target Penjualan Brodo <i>Store</i> Bandung 2018.....	12
Gambar 1.10 Brodo <i>Store</i> Bandung yang Lama Jl.Gudang Utara 40B	13
Gambar 1.11 Brodo <i>Store</i> Bandung yang Baru Jl.Lombok No.11	13
Gambar 1.12 Produk Sepatu Brodo	14
Gambar 1.13 Produk Pakaian Brodo <i>Store</i> Bandung.....	15
Gambar 1.14 Produk Pakaian Brodo <i>Store</i> Bandung.....	15
Gambar 1.15 Produk Kategori Brodo <i>Basic</i>	16
Gambar 1.16 Produk Kategori Brodo <i>Middle</i>	17
Gambar 1.17 Produk Kategori Brodo <i>Legacy</i>	17
Gambar 1.18 Akun Instagram Brodo <i>Store</i> Bandung.....	18
Gambar 1.19 Bentuk Promo Diskon Brodo <i>Store</i> Bandung.....	18
Gambar 1.20 Brodohood 2.0 <i>Event</i> di Brodo <i>Store</i> Bandung.....	19
Gambar 1.21 Tampilan Depan Brodo <i>Store</i> Bandung	20
Gambar 1.22 Tampilan dalam toko Brodo <i>Store</i> Bandung.....	20
Gambar 1.23 <i>Display</i> Produk Eksklusif Brodo.....	21
Gambar 2.1 Model Perilaku Konsumen.....	32
Gambar 2.2 Proses Keputusan Pembelian	33
Gambar 2.3 Kerangka Pemikiran Hubungan Bauran Pemasarn Ritel terhadap Keputusan Pembelian.....	54
Gambar 3.1 Tahapan Penelitian	62
Gambar 3.2 Klasifikasi Kriteria Penilaian Persentase dalam Garis Kontinum	68
Gambar 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	73
Gambar 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	74
Gambar 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	75

Gambar 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran Bulanan	76
Gambar 4.5 Garis Kontinum Variabel <i>Location</i> (Lokasi)	78
Gambar 4.6 Garis Kontinum Variabel <i>Merchandise Assortments</i> (Keragaman Produk).....	80
Gambar 4.7 Garis Kontinum Variabel <i>Pricing</i> (Harga).....	82
Gambar 4.8 Garis Kontinum Variabel <i>Communication Mix</i> (bauran komunikasi)	84
Gambar 4.9 Garis Kontinum Variabel <i>Store Design and Display</i> (desain dan penataan toko).....	86
Gambar 4.10 Garis Kontinum Variabel <i>Customer Service</i> (Layanan Pelanggan).89	
Gambar 4.11 Garis Kontinum Variabel Keputusan Pembelian	92