

## 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