

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Varian Rasa Bandung Kunafe	2
Gambar 1.2. Logo Bandung Kunafe	2
Gambar 2.1. Hierarki Respon Model AIDA	Error! Bookmark not defined.
Gambar 2.2. Kerangka Pemikiran	36
Gambar 3.1. Komponen dan Proses Penelitian Kuantitatif.....	43
Gambar 4.1 Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	57
Gambar 4. 2 Identitas Responden Berdasarkan Usia	58
Gambar 4. 3 Identitas Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	59
Gambar 4. 4 Identitas Responden Berdasarkan Pengeluaran Perbulan	59
Gambar 4. 5 Identitas Responden Berdasarkan Frekuensi membeli Bandung Kunafe dalam sebulan	60
Gambar 4. 6 Garis Kontinum <i>Context</i>	62
Gambar 4. 7 Garis Kontinum <i>Communication</i>	64
Gambar 4. 8 Garis Kontinum <i>Collaboration</i>	Error! Bookmark not defined.
Gambar 4. 9 Garis Kontinum Sosial Media (X1)	Error! Bookmark not defined.
Gambar 4. 10 Garis Kontinum <i>Talkers</i>	69
Gambar 4. 11 Garis Kontinum <i>Topics</i>	71
Gambar 4. 12 Garis Kontinum <i>Tools</i>	73
Gambar 4. 13 Garis Kontinum <i>Taking Part</i>	74
Gambar 4. 14 Garis Kontinum <i>Tracking</i>	76
Gambar 4. 15 Garis Kontinum <i>Word Of Mouth</i> (X2)	77
Gambar 4. 16 Garis Kontinum Keputusan Tentang Jenis Produk	79
Gambar 4. 17 Garis Kontinum Keputusan Tentang Bentuk Produk.....	80
Gambar 4. 18 Garis Kontinum Keputusan Tentang Merk	82
Gambar 4. 19 Garis Kontinum Keputusan Tentang Penjualnya	84
Gambar 4. 20 Garis Kontinum Keputusan Tentang Jumlah Produk.....	85
Gambar 4. 21 Garis Kontinum Keputusan Tentang Waktu Pembelian	87
Gambar 4. 22 Garis Kontinum Keputusan Tentang Cara Pembayaran	89
Gambar 4. 23 Garis Kontinum Keputusan Pembelian (Y)	90
Gambar 4. 24 Uji Normalitas	92
Gambar 4. 25 Uji Heteroskedastisitas	93

Gambar 4. 26 Daerah Penolakan H_0 Pada Pengujian Secara Bersama-sama99