

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Logo Warunk Upnormal	1
Gambar 1.2 Grafik Kunjungan Wisatawan ke Kota Bandung Tahun 2010–2015...5	5
Gambar 1.3 Tingkat Pertumbuhan Hotel di Kota Bandung.....6	6
Gambar 1.4 Kontribusi PDB Ekonomi Kreatif Menurut Subsektor	6
Gambar 1.5 Grafik Hasil Survey Awal Mengenai <i>Brand Equity</i> Warung Upnormal dibandingkan dengan kompetitor (n = 30).....	12
Gambar 1.6. Hasil Survey Awal Mengenai Kepuasan Pelanggan Warung Upnormal (n = 30)14.....	14
Gambar 1.7 Grafik Hasil Survey Awal Mengenai Loyalitas Pelanggan Warung Upnormal (n = 30).....	15
Gambar 2.1 Penelitian Terdahulu	25
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran 39	39
Gambar 3.1 Gambar Alur Tahapan Penelitian 56.....	56
Gambar 3.2 Klasifikasi Kriterion Penilaian Presentase dalam Garis Kontinum ...64	64
Gambar 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	75
Gambar 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	76
Gambar 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Sumber informasi mengenai Warunk Upnormal	77
Gambar 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Seberapa Sering Mengunjungi Warunk Upnormal	78
Gambar 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Tujuan Mengunjungi Warunk Upnormal	79
Gambar 4.6 Garis Kontinum Kategori Variabel <i>Physical Quality</i> (X ₁).....	81
Gambar 4.7 Garis Kontinum Kategori Variabel <i>Staff Behaviour</i> (X ₂)	83
Gambar 4.8 Garis Kontinum Kategori Variabel <i>Ideal Self-congruence</i> (X ₃)	84
Gambar 4.9 Garis Kontinum Kategori Variabel <i>Ideal Self-congruence</i> (X ₄)	85
Gambar 4.10 Garis Kontinum Kategori Variabel <i>Lifestyle-congruence</i> (X ₅).....	87
Gambar 4.11 Garis Kontinum Kategori Variabel <i>Customer Satisfaction</i> (X ₆).....	88
Gambar 4.12 Garis Kontinum Kategori Variabel <i>Brand Loyalty</i> (Y).....	90

Gambar 4.13 Skema Spesifikasi Model	94
Gambar 4.14 Hasil Estimasi Standardized Loading Factors Awal	101
Gambar 4.15 Hasil Estimasi <i>t-values</i>	108
Gambar 4.16 Hasil Estimasi <i>Standardized Coefficient</i>	109