

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	H&M di Paskal 23 Shopping Center.....	3
Gambar 1.2	H&M di PVJ.....	4
Gambar 1.3	Logo H&M.....	4
Gambar 1.4	Hasil Pra-Penelitian.....	7
Gambar 1.5	Data Brand Value H&M.....	8
Gambar 2.1	Kerangka Pemikiran.....	37
Gambar 3.1	Tahapan Penelitian.....	41
Gambar 3.2	Garis Kontinum.....	51
Gambar 4.1	Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	56
Gambar 4.2	Profil Responden Berdasarkan Usia.....	57
Gambar 4.3	Profil Responden Berdasarkan Status Pekerjaan.....	58
Gambar 4.4	Profil Responden Berdasarkan Pendapatan Per Bulan.....	59
Gambar 4.5	Persentase Citra Pembuat dalam Garis Kontinum.....	63
Gambar 4.6	Persentase Citra Pemakai dalam Garis Kontinum.....	65
Gambar 4.7	Persentase Citra Pemakai dalam Garis Kontinum.....	67
Gambar 4.8	Garis Kontinum Variabel <i>Brand Image</i>	68
Gambar 4.9	Persentase Tetap Setia dalam Garis Kontinum.....	71
Gambar 4.10	Persentase Membeli produk ditawarkan dalam Garis Kontinum.....	73
Gambar 4.11	Persentase Merekomendasikan Produk dalam Garis Kontinum.....	75
Gambar 4.12	Persentase Bersedia Membayar Lebih dalam Garis Kontinum.....	77
Gambar 4.13	Persentase Bersedia Membayar Lebih dalam Garis Kontinum.....	79
Gambar 4.14	Garis Kontinum Variabel Kepuasan Pelanggan.....	80
Gambar 4.15	Hasil Uji Normalitas Pada Histogram.....	82
Gambar 4.16	P-P Plot Uji Normalitas Data.....	82
Gambar 4.17	Hasil Uji Heterokedatisitas.....	83