

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 1Logo The Executive.....	1
Gambar 2 1Model Perilaku Konsumen.....	15
Gambar 2 2Kerangka Pemikiran.....	48
Gambar 3 1 Tahapan Penelitian	48
Gambar 3 2Kriteria Interpretasi Skor dalam Garis Kontinum	59
Gambar 3 3Model Analisis Persamaan Struktural.....	58
Gambar 4. 1Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	59
Gambar 4. 2Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	60
Gambar 4. 3Karakteristik Responden Berdasarkan Status (Jenis Pekerjaan)	61
Gambar 4. 4Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan.....	62
Gambar 4. 5Mengetahui Merek The Executive Sebagai <i>Local Brand</i> Asli Bandung	63
Gambar 4. 6 Posisi Variabel <i>Brand Positioning</i> pada Garis Kontinum.....	67
Gambar 4. 7 Posisi Variabel <i>Brand Knowledge</i> pada Garis Kontinum.....	70
Gambar 4. 8Posisi Variabel <i>Purchase Intention</i> pada Garis Kontinum.....	74
Gambar 4. 9Tampilan <i>Output Bootstrapping</i>	78
Gambar 4. 10 <i>Brand Positioning</i> → <i>Brand Knowledge</i>	81
Gambar 4. 11 <i>Brand Knowledge</i> → <i>Purchase Intention</i>	82
Gambar 4. 12 <i>Brand Positioning</i> → <i>Purchase Intention</i>	82
Gambar 4. 13 <i>Brand positioning</i> dan <i>brand knowledge</i> sebagai variabel intervening terhadap <i>purchase intention</i>	83