

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Produk <i>Coffee Beer</i>	1
Gambar 1. 2 Pertumbuhan Minuman Ringan Siap Saji (Juta liter)	3
Gambar 1. 3 Toko Offline dan Online <i>Coffee Beer</i>	4
Gambar 1. 4 Ulasan konsumen terhadap <i>Coffee beer</i>	5
Gambar 2. 1 Marketing Mix	14
Gambar 2. 2 Kerangka Pemikiran	38
Gambar 3. 1 Tahapan Penelitian	43
Gambar 3. 2 Garis Kontinum Kriteria Interpretasi	48
Gambar 3. 3 Model Analisis Persamaan Struktural	54
Gambar 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	57
Gambar 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	58
Gambar 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	59
Gambar 4. 5 Garis Kontinum <i>Perceived Quality</i>	66
Gambar 4. 6 Garis Kontinum Brand Knowledge	70
Gambar 4. 7 Garis Kontinum Purchase Intention	76
Gambar 4. 8 Model <i>Bootstrapping</i>	80
Gambar 4. 9 Model Struktur Perceived Quality terhadap Brand Knowledge	82
Gambar 4. 10 Model Struktur Brand Knowledge terhadap Purchase Intention	83
Gambar 4. 11 Model Struktur Perceived Quality Terhadap Purchase Intention	84
Gambar 4.12 Model Struktur <i>Perceived Quality</i> terhadap <i>Purchase Intention</i> yang dimediasi oleh <i>Brand Knowledge</i>	85