

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Logo Samsung.....	1
Gambar 1.2 Pertumbuhan Penetrasi Smartphone di Indonesia	4
Gambar 2.1 Customer Based Brand Equity-Keller	16
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran	31
Gambar 3.1 Tahapan Penelitian.....	43
Gambar 3.2 Persentase dalam Garis Kontinum.....	54
Gambar 4.1 Karakteristik Responden Menyatakan Pengguna Smartphone Samsung	61
Gambar 4.2 Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin.....	62
Gambar 4.3 Karakteristik Responden berdasarkan Usia	63
Gambar 4.4 Karakteristik Responden berdasarkan Pendidikan Terakhir	64
Gambar 4.5 Karakteristik Responden berdasarkan Pekerjaan	65
Gambar 4.6 Karakteristik Responden berdasarkan Pendapatan.....	66
Gambar 4.7 Karakteristik Responden berdasarkan Wilayah Tempat Tinggal	67
Gambar 4.8 Persentase Garis Kontinum	68
Gambar 4.9 Garis Kontinum Dimensi Brand Loyalty	70
Gambar 4.10 Garis Kontinum Dimensi Perceived Quality.....	71
Gambar 4.11 Garis Kontinum Dimensi Brand Awareness	73
Gambar 4.12 Garis Kontinum Dimensi Brand Association	75
Gambar 4.13 Garis Kontinum Dimensi Brand Equity	76
Gambar 4.14 Garis Kontinum Dimensi Customer Satisfaction	78