

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Logo Chingu Korean Fan Café	1
Gambar 1. 2 Struktur Organisasi Chingu Korean Fan Café.....	3
Gambar 1. 3 Buyers Count Chingu Korean Fan Café Periode Januari 2018 – Januari 2019.....	7
Gambar 1. 4 Review Konsumen	8
Gambar 1. 5 Interior Bagian Depan Chingu Korean Fan Café.....	9
Gambar 1. 6 Interior bagian tengah Chingu Korean Fan Café	9
Gambar 1. 7 Interior Lesehan Chingu Korean Fan Café	10
Gambar 1. 8 Ulasan dari aplikasi Zomato dan Traveloka.....	10
Gambar 2. 1 Lima Tahap Proses Pengambilan Keputusan.....	33
Gambar 2. 2 Kerangka Pemikiran.....	48
Gambar 3. 1 Tahapan Penelitian	54
Gambar 3. 2 Klasifikasi Kategori Penilaian Persentase Dalam Garis Kontinum	62
Gambar 3. 3 Daerah Penerimaan dan Penolakan Hipotesis.....	68
Gambar 3. 4 Daerah Penerimaan dan Penolakan	69
Gambar 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	71
Gambar 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	72
Gambar 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Rata-Rata Pengeluaran per bulan	72
Gambar 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Sumber Informasi	73
Gambar 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Berkunjung ke Chingu Korean Fan Café Bandung dalam 3 bulan terakhir.....	74
Gambar 4. 6 Karakteristik Responden Berdasarkan Melihat Review Terlebih Dahulu	74
Gambar 4. 7 Garis Kontinum Store Atmosphere	86
Gambar 4. 8 Garis Kontinum eWOM.....	91
Gambar 4. 9 Garis Kontinum Keputusan Pembelian	97
Gambar 4. 10 Uji Normalitas Data	98
Gambar 4. 11 Grafik Normalitas.....	99