

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Logo CV. Vannisa	1
Gambar 2.1	Konsep <i>Brand Equity</i>	18
Gambar 2.2	Piramida <i>Brand Awareness</i>	19
Gambar 2.3	Nilai <i>Brand Awareness</i>	21
Gambar 2.4	Nilai Asosiasi Merek	23
Gambar 2.5	Nilai dan Kesan Kualitas	25
Gambar 2.6	Proses Keputusan Pembelian	28
Gambar 2.7	Kerangka Pemikiran	31
Gambar 3.1	Garis Kontinum	48
Gambar 4.1	Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	49
Gambar 4.2	Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	50
Gambar 4.3	Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan	51
Gambar 4.4	Deskripsi Responden Berdasarkan pendapatan Per Bulan	52
Gambar 4.5	Deskripsi Berdasarkan Informasi Brownies Vannisa yang Didapatkan	53
Gambar 4.6	Deskripsi Berdasarkan Pembelian Ulang Produk Brownies Vannisa	54
Gambar 4.7	Deskripsi Berdasarkan Besaran Pengeluaran Sekali Membeli Produk Brownies Vannisa	55
Gambar 4.8	Garis Kontinum Variabel <i>Brand Equity</i>	62
Gambar 4.9	Garis Kontinum Variabel Proses Keputusan Pembelian	63