

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Logo Casio.....	1
Gambar 1.2	Produk Jam Tangan Casio.....	3
Gambar 1.3	Tren Konsumsi Makanan vs Non Makanan di Indonesia.....	4
Gambar 1.4	Gambar angka kerugian ekonomi nasional akibat barang replika..	7
Gambar 1.5	Gambar angka kerugian ekonomi nasional pada sektor lainnya.....	8
Gambar 1.6	Gambar Angka Kerugian Ekonomi Nasional Pada Sektor Lain.....	9
Gambar 1.7	Demografi Indonesia.....	10
Gambar 2.1	<i>Key Marketing Process</i>	18
Gambar 2.2	Kerangka Pemikiran.....	41
Gambar 3.1	Tahapan Penelitian.....	50
Gambar 3.2	Garis Kontinum.....	63
Gambar 4.1	Jenis Kelamin Responden.....	67
Gambar 4.2	Usia Responden.....	68
Gambar 4.3	Pekerjaan Responden.....	68
Gambar 4.4	Pendapatan Responden.....	69
Gambar 4.5	Pendidikan Terakhir Responden.....	70
Gambar 4.6	Persentase Garis Kontinum Utility.....	75
Gambar 4.7	Persentase Garis Kontinum Risk Perception.....	77
Gambar 4.8	Persentase Garis Kontinum Social Influence.....	79
Gambar 4.9	Persentase Garis Kontinum Confussion.....	81
Gambar 4.10	Persentase Garis Kontinum Ethical Perception.....	83
Gambar 4.11	Persentase Garis Kontinum Cultural Influence.....	85
Gambar 4.12	Persentase Garis Kontinum Local Interest.....	87
Gambar 4.13	Persentase Garis Kontinum Habit.....	89
Gambar 4.14	Persentase Garis Kontinum Desire For Exploration.....	91
Gambar 4.15	Persentase Garis Kontinum Kualitas Produk.....	93
Gambar 4.16	Persentase Garis Kontinum Harga.....	95
Gambar 4.17	Persentase Garis Kontinum Scarcity.....	97

Gambar 4.18	Persentase Garis Kontinum Novelty Seeking.....	99
Gambar 4.19	Persentase Garis Kontinum Status Consumption.....	100
Gambar 4.20	Persentase Garis Kontinum Fashion Consciousness.....	103
Gambar 4.21	Persentase Garis Kontinum Value Consciousness.....	105
Gambar 4.22	Persentase Garis Kontinum Low Personal Gratification.....	107
Gambar 4.23	Persentase Garis Kontinum Keseluruhan Faktor Yang.....	109