

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Logo Chingu Korean Café Bandung	2
Gambar 1.2	Interior Bagian Depan Chingu Korean Café	3
Gambar 1.3	Interior Bagian Tengah Chingu Korean Café	3
Gambar 1.4	Interior Bagian Belakang Chingu Korean Café	4
Gambar 1.5	Struktur Organisasi Chingu Korean Café	5
Gambar 1.6	<i>Buyers Count</i> Chingu Korean Fan Café	9
Gambar 2.1	Lima Tahap Proses Pengambilan Keputusan	29
Gambar 2.2	Kerangka Pemikiran	47
Gambar 3.1	Tahapan Penelitian	55
Gambar 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	67
Gambar 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	68
Gambar 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Profesi	69
Gambar 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan per bulan	70
Gambar 4.5	Garis Kontinum Presentase Responden Terhadap Dimensi <i>Exterior</i>	73
Gambar 4.6	Garis Kontinum Presentase Responden Terhadap Dimensi General Interior	74
Gambar 4.7	Garis Kontinum Presentase Responden Terhadap Dimensi <i>Store Layout</i>	75
Gambar 4.8	Garis Kontinum Presentase Responden Terhadap Dimensi <i>Interior Display</i>	77
Gambar 4.9	Garis Kontinum Presentase Variabel <i>Store Atmosphere</i>	78
Gambar 4.10	Garis Kontinum Presentase Responden Terhadap Dimensi Keputusan Merek	79
Gambar 4.11	Garis Kontinum Presentase Responden Terhadap Dimensi Keputusan Penyalur	81
Gambar 4.12	Garis Kontinum Presentase Responden Terhadap Dimensi Keputusan Kuantitas	82
Gambar 4.13	Garis Kontinum Presentase Responden Terhadap Dimensi Keputusan Waktu	83

Gambar 4.14 Garis Kontinum Presentase Responden Terhadap Dimensi Keputusan Metode Pembayaran	85
Gambar 4.15 Garis Kontinum Presentase Variabel Keputusan Pembelian	86
Gambar 4.16 Hasil Uji Normalitas Variabel Keputusan Pembelian (Y) pada P-P <i>Plot</i>	87
Gambar 4.17 Hasil Uji Heterokedatisitas	89