

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 varian Mamahke Jogja	2
Gambar 1.2 Logo Mamahke Jogja.....	2
Gambar 1.3 Masyarakat Yogyakarta yang Antusias terhadap Mamahke Jogja	4
Gambar 1.4 Antrian masyarakat untuk mendapatkan produk Mamahke Jogja	5
Gambar 1.5 Jumlah <i>followers</i> Mamahke Jogja	5
Gambar 1.6 Penawaran "Jasa Titip" <i>Olshop</i> Mamahke Jogja.....	6
Gambar 2.1 Bauran Pemasaran	15
Gambar 2.2 Model Kerangka Pemikiran	31
Gambar 3.1 Tahapan Penelitian.....	36
Gambar 3.2 Kriteria Interpretasi Nilai.....	42
Gambar 4.1 Konsumen Berdasarkan Jenis Kelamin	46
Gambar 4.2 Konsumen Berdasarkan Usia	47
Gambar 4.3 Konsumen Berdasarkan Pekerjaan	47
Gambar 4.4 Garis Kontinum <i>Visibility</i>	50
Gambar 4.5 Garis Kontinum <i>Credibility</i>	52
Gambar 4.6 Garis Kontinum <i>Attraction</i>	54
Gambar 4.7 Garis Kontinum <i>Power</i>	56
Gambar 4.8 Garis Kontinum <i>Brand Ambassador (X)</i>	57
Gambar 4.9 Garis Kontinum <i>Strenght of brand association</i>	59
Gambar 4.10 Garis Kontinum <i>Favorable of brand association</i>	60
Gambar 4.11 Garis Kontinum <i>Uniqueness of brand association</i>	62
Gambar 4.12 Garis Kontinum <i>Brand Image (Y)</i>	63
Gambar 4.13 Uji Normalitas	64
Gambar 4.14 Uji Heteroskedastisitas.....	66
Gambar 4.15 Kurva Uji t.....	68

