

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Logo Scarlett Whitening	16
Gambar 1.2	Pertumbuhan Nilai Pasar Kosmetik di Indonesia 2010-2023	17
Gambar 1.3	Merek Lokal Terpopuler Kategori Perawatan Wajah & Kosmetik (2020).....	19
Gambar 2.1	Kerangka Pemikiran.....	45
Gambar 3.1	Tahapan Penelitian	52
Gambar 3.2	Kriteria Interpretasi Nilai.....	61
Gambar 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	68
Gambar 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	69
Gambar 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	70
Gambar 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Per Bulan.....	71
Gambar 4.5	Gambar Kontinum Dimensi Identitas Merek (<i>Brand Identity</i>)	73
Gambar 4.6	Gambar Kontinum Dimensi Personalitas Merek (<i>Brand Personality</i>)	75
Gambar 4.7	Gambar Kontinum Dimensi Asosiasi (<i>Brand Association</i>).....	77
Gambar 4.8	Gambar Kontinum Dimensi Sikap dan Perilaku Merek (<i>Brand Attitude & Behavior</i>)	79
Gambar 4.9	Gambar Kontinum Dimensi Manfaat dan Keunggulan Merek (<i>Brand Benefit & Competence</i>)	82
Gambar 4.10	Gambar Kontinum Variabel <i>Brand Image</i>	83
Gambar 4.11	Gambar Kontinum Dimensi Pilihan Produk	85
Gambar 4.12	Gambar Kontinum Dimensi Pilihan Merek	87
Gambar 4.13	Gambar Kontinum Dimensi Pilihan Penyalur.....	89
Gambar 4.14	Gambar Kontinum Dimensi Waktu Pembelian.....	90
Gambar 4.15	Gambar Kontinum Dimensi Jumlah Pembelian.....	92
Gambar 4.16	Gambar Kontinum Dimensi Metode Pembayaran	94
Gambar 4.17	Gambar Kontinum Dimensi Keputusan Pembelian	95
Gambar 4.18	Grafik Hasil Uji Normalitas P-Plot	96
Gambar 4.19	Hasil Uji Heterokedastisitas Scatterplot.....	97

