

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Logo Perusahaan Uniqlo	1
Gambar 1.2 Toko Uniqlo.....	2
Gambar 1.3 Perusahaan Manufaktur Paling Bernilai.....	4
Gambar 1.4 Merek Fashion Paling Bernilai.....	5
Gambar 1.5 Data Preferensi Konsumen & Tren Pertumbuhan	8
Gambar 1.6 Tempat Konsumen Belanja Fashion.....	9
Gambar 1.7 Data Penjualan Uniqlo	12
Gambar 1.8 Review Konsumen Terhadap Uniqlo (Store Bandung).....	13
Gambar 1.9 Jumlah Toko Uniqlo di Indonesia	14
Gambar 1.10 Target Produksi Domestik Uniqlo di Indonesia	15
Gambar 1.11 Etalase Uniqlo	17
Gambar 1.12 Teknologi AIRism	17
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	73
Gambar 3.1 Tahapan Penelitian	81
Gambar 3.2 Kriteria Interpretasi Nilai	88
Gambar 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	94
Gambar 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Kecamatan	95
Gambar 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	96
Gambar 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	97
Gambar 4.5 Frekuensi Pembelian Uniqlo Responden	98
Gambar 4.6 Tempat Responden Membeli Uniqlo.....	99
Gambar 4.7 Garis Kontinum Variabel Brand Awareness (X1)	102
Gambar 4.8 Garis Kontinum Variabel Brand Association (X2).....	104
Gambar 4.9 Garis Kontinum Variabel Perceived Quality (X3)	106
Gambar 4.10 Garis Kontinum Variabel Brand Loyalty (X4).....	108
Gambar 4.11 Garis Kontinum Variabel Keputusan Pembelian (Y)	110
Gambar 4.12 Uji P-Plot.....	116