

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1.1 Durasi Penayangan Iklan.....	5
1.2 Belanja Iklan Asia Tenggara	6
2.1 Proses Komunikasi	14
2.2 Kerangka Ekuitas Merek	33
2.3 Kerangka Pemikiran	39
3.1 Model Analisis Second Order	52
4.1 Provider Seluler Yang Digunakan	60
4.2 Hasil Pengujian Hipotesis	71
4.3 Model Hasil Penelitian	85

