

DAFTAR GAMBAR

No.	Halaman
1. Kerangka Pemikiran.....	13
2. Paradigma Penelitian.....	14
3. Manfaat <i>Direct Marketing</i> Dilihat Dari Perspektif Pelanggan.....	23
4. Model Lima Tahap Proses Pembelian Konsumen.....	36
5. Tahap-Tahap Antara Evaluasi Alternatif dan Keputusan Pembelian.....	37