

DAFTAR GAMBAR

Gambar		Halaman
Grafik 1.1	Tingkat Penjualan Kosmetik di Indonesia	4
Gambar 2.1.	Konsep Ekuitas Merek	14
Gambar 2.2	Piramida Kesadaran Merek	16
Gambar 2.3	Nilai-Nilai Persepsi Kualitas	19
Gambar 2.4	Piramida loyalitas	25
Gambar 2.5	Nilai Loyalitas Merek.....	27
Gambar 2.6	Proses Pengambilan Keputusan Membeli: Model Lima Tahap	29
Gambar 2.7	Kerangka Pikir	34
Gambar 4.1	Hasil Uji Normalitas	76
Gambar 4.2	Hasil Uji Heterokedastisitas	78