

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Indonesia Sebagai Negara Dengan Penduduk Muslim Terbesar di Dunia	1
Gambar 1.2. Kritik Pengguna Produk Shampo Sunsilk Hijab Recharge	2
Gambar 1.3. Sunsilk Hijab Hunt Sebagai Ajang Pencarian Bakat Muslimah	6
Gambar 1.4. Hasil Pra Survey Pengaruh Citra Merek Shampo Sunsilk Hijab Recharge di Wilayah Esa Unggul Citra Raya Tangerang Periode 2019	7
Gambar 1.5. Hasil Pra Survey Pengaruh Kualitas Produk Shampo Sunsilk Hijab Recharge di Wilayah Esa Unggul Citra Raya Tangerang Periode 2019	7
Gambar 1.6. Hasil Pra Survey Pengaruh Harga Shampo Sunsilk Hijab Recharge di Wilayah Esa Unggul Citra Raya Tangerang Periode 2019	8
Gambar 1.7. Hasil Pra Survey Kepuasan Pelanggan Terhadap Shampo Sunsilk Hijab Recharge di Wilayah Esa Unggul Citra Raya Tangerang Periode 2019	8
Gambar 1.8. Hasil Pra Survey Loyalitas Pelanggan Terhadap Shampo Sunsilk Hijab Recharge di Wilayah Esa Unggul Citra Raya Tangerang Periode 2019	8
Gambar 2.1. Kerangka Ekuitas Merek Berbasis Konsumen	25
Gambar 2.2. Nilai Asosiasi Merek	26
Gambar 2.3. Model Penelitian	44
Gambar 3.1. Hubungan Kausal Substruktural 1	55
Gambar 3.2. Hubungan Kausal Substruktural 2	56
Gambar 3.3. Hubungan Kausal Substruktural Gabungan Tahap 1 dan Tahap 2 ...	56
Gambar 4.1. Profil Responden Berdasarkan Usia	59
Gambar 4.2. Profil Responden Berdasarkan Frekuensi Penggunaan Dalam Seminggu	59
Gambar 4.3. Profil Responden Berdasarkan Uang Saku per Bulan	60
Gambar 4.4. Hasil Uji Normalitas	70
Gambar 4.5. Hasil Uji Heterokedastisitas	71
Gambar 4.6. Tahap Substruktur Persamaan 1 Analisis Jalur	76
Gambar 4.7. Tahap Substruktur Persamaan 2 Analisis Jalur	81
Gambar 4.8. Tahap Gabungan Substruktural 1 dan Substruktural 2	81