DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Pengertian Produk 13
Gambar 2.2 Lima Tingkatan Produk 15
Gambar 2.3 Proses Keputusan Pembelian Model Lima Tahap 41
Gambar 2.4 Proses Keputusan Pembelian 53
Gambar 2.5 Paradigma Penelitian 55
Gambar 3.1 Daerah Penerimaan dan Penolakan Ho (Uji F) 78
Gambar 3.2 Daerah Penerimaan dan Penolakan Ho (Uji t) 80
Gambar 4.1 Daerah Penerimaan dan Penolakan Ho (Uji t) Pengaruh Atribut Produk terhadap Keputusan Pembelian Pada Sepeda Motor Yamaha berjenis *Automatic Transmition* 103
Gambar 4.2 Daerah Penerimaan dan Penolakan Ho (Uji t) Pengaruh Promosi Penjualan terhadap Keputusan Pembelian Pada Sepeda Motor Yamaha berjenis *Automatic Transmition* 108
Gambar 4.3 Daerah Penerimaan dan Penolakan Ho (Uji F) Pengaruh Variabel Atribut Produk (X_1) Promosi Penjualan (X_2) terhadap Keputusan Pembelian (Y) 113

DAFTAR GRAFIK

Grafik 1.1 *Market Share* Penjualan Sepeda Motor di Wilayah Bandung 1
Grafik 1.2 Penjualan Sepeda Motor Yamaha di Wilayah Bandung Berdasarkan Dealer Periode 2009 - 2013 2