

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Proses Pengambilan Keputusan Konsumen.....	16
Gambar 2.2 Model Perilaku Pembeli.....	32
Gambar 2.3 Skema Kerangka Berpikir.....	35
Gambar 4.1 Gambar Lingkaran Kecenderungan Variabel Keputusan Mahasiswa (Y).....	53
Gambar 4.2 Gambar Lingkaran Kecenderungan Variabel Status Sosial Ekonomi (X <sub>1</sub> ).....	56
Gambar 4.3 Gambar Lingkaran Kecenderungan Variabel <i>Brand Image</i> (X <sub>2</sub> ).....	59

UNIVERSITAS NEGERI MEDAN  
UNIMED

THE  
*Character Building*  
UNIVERSITY