

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	QTY Order Barang .....	2
Gambar 2.1	Esensi Komunikasi Manusia.....	12
Gambar 2.2	Hierarki Efek Marcom .....	39
Gambar 2.3	Membuat Keputusan Marcom – Tingkat Merek dan Mencapai Hasil yang Diinginkan .....	51
Gambar 2.4	Kerangka Konseptual.....	59
Gambar 3.1	Diagram Teknik Analisis Data Model Miles dan Huberman (1994).....	70
Gambar 4.1	PT. Struktur Organisasi Putra Kreasindo Garment.....	78

