

DAFTAR GAMBAR

| Nomor | | Halaman |
|-------|---|---------|
| | Flow proses bisnis PT. Semen Bosowa Maros | 14 |
| | Flow proses penjualan PT. Semen Bosowa Maros | 15 |
| 1 | Konsep inti pemasaran | 17 |
| 2 | Empat komponen dalam Bauran Pemasaran | 19 |
| 3 | Proses perilaku konsumen oleh Ristinyanti | 23 |
| 4 | Model perilaku konsumen oleh Kotler | 24 |
| 5 | Model proses pembelian konsumen oleh Kotler | 25 |
| 6 | Tahapan antara evaluasi alternative dan keputusan pembelian oleh Kotler | 27 |
| 7 | Model sederhana perilaku konsumen oleh Assel | 28 |
| 8 | Proses perilaku pembeli oleh McCarthy & Perreault | 29 |
| 9 | Model pengambilan keputusan konsumen oleh Schiffman & Kanuk | 30 |
| 10 | Hubungan perilaku konsumen, elemen pemasaran eksternal oleh Amirullah | 34 |
| 11 | Kerangka berpikir | 36 |