

## DAFTAR GAMBAR

<b>GAMBAR 1.1 Langkah-langkah Menggunakan Aplikasi GO-JEK.....</b>	<b>1</b>
<b>GAMBAR 1.2 Logo Perusahaan GO-JEK .....</b>	<b>3</b>
<b>GAMBAR 1.3 Data Pengguna Internet di Indonesia .....</b>	<b>5</b>
<b>GAMBAR 1.4 Data Pengguna Sosial Media di Indonesia.....</b>	<b>7</b>
<b>GAMBAR 2.1 Tangga Loyalitas via WOM Marketing .....</b>	<b>14</b>
<b>GAMBAR 2.2 Model Keputusan Pembelian .....</b>	<b>19</b>
<b>GAMBAR 2.3 Model Kerangka Pemikiran .....</b>	<b>31</b>
<b>GAMBAR 3.1 Skala Interval .....</b>	<b>47</b>
<b>GAMBAR 3.2 Tahapan Penelitian .....</b>	<b>48</b>
<b>GAMBAR 3.3 Kriteria Interpretasi Nilai.....</b>	<b>55</b>
<b>GAMBAR 4.1 Jenis Kelamin Responden .....</b>	<b>19</b>
<b>GAMBAR 4.2 Usia Responden .....</b>	<b>31</b>
<b>GAMBAR 4.3 Domisili Responden .....</b>	<b>47</b>
<b>GAMBAR 4.4 Pendapatan Rata-rata Responden.....</b>	<b>48</b>
<b>GAMBAR 4.5 Keperluan Menggunakan GO-JEK .....</b>	<b>55</b>
<b>GAMBAR 4.6 Jumlah Penggunaan GO-JEK dalam Seminggu.....</b>	<b>19</b>
<b>GAMBAR 4.7 Garis Kontinium EWOM Platform Assistance.....</b>	<b>47</b>
<b>GAMBAR 4.8 Garis Kontinium EWOM Concern for Others .....</b>	<b>47</b>
<b>GAMBAR 4.9 Garis Kontinium EWOM Economic Intensive .....</b>	<b>48</b>
<b>GAMBAR 4.10 Garis Kontinium EWOM Helping Company.....</b>	<b>55</b>
<b>GAMBAR 4.11 Garis Kontinium EWOM Expressing Positive Feelings.....</b>	<b>19</b>
<b>GAMBAR 4.12 Garis Kontinium EWOM Venting Negatif Feelings.....</b>	<b>31</b>
<b>GAMBAR 4.13 Garis Kontinium Social Benefit.....</b>	<b>55</b>

<b>GAMBAR 4.14</b>	<b>Garis Kontinium Advice Seeking .....</b>	<b>19</b>
<b>GAMBAR 4.15</b>	<b>Garis Kontinium Kategori EWOM (Variabel X) .....</b>	<b>31</b>
<b>GAMBAR 4.16</b>	<b>Garis Kontinium Kategori Proses Keputusan Pembelian ....</b>	<b>31</b>
<b>GAMBAR 4.17</b>	<b>P-P Plot Uji Normalitas Data.....</b>	<b>55</b>
<b>GAMBAR 4.18</b>	<b>Kurva Pengujian Hipotesis Parsial Pengaruh Variabel X terhadap Variabel Y .....</b>	<b>19</b>