

## Daftar Gambar

<b>Gambar 1.1</b> Tampilan <i>Website</i> Lazada Indonesia.....	2
<b>Gambar 1.2</b> Logo Lazada.....	2
<b>Gambar 1.3</b> Pengguna <i>Internet</i> di Indonesia.....	3
<b>Gambar 1.4</b> Pola Penggunaan <i>Internet</i> di Indonesia.....	4
<b>Gambar 1.5</b> Sales <i>B2C e-commerce</i> di Asia.....	5
<b>Gambar 1.6</b> Pertumbuhan <i>E-commerce</i> di Indonesia.....	6
<b>Gambar 1.7</b> E-commerce berdasarkan kategori di Indonesia.....	8
<b>Gambar 1.8</b> Persentase hasil <i>review</i> Lazada Indonesia.....	11
<b>Gambar 1.9</b> <i>Traffic Rank</i> Lazada Indonesia.....	12
<b>Gambar 1.10</b> Testimoni Konsumen Lazada .....	14
<b>Gambar 2.1</b> Kerangka Pemikiran.....	33
<b>Gambar 3.1</b> Tahapan Penelitian.....	45
<b>Gambar 3.2</b> Diagram jalur hubungan structural variable penelitian.....	58
<b>Gambar 4.1</b> Responden berdasarkan Jenis Kelamin .....	66
<b>Gambar 4.2</b> Responden Berdasarkan Usia.....	67
<b>Gambar 4.3</b> Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	67
<b>Gambar 4.4</b> Responden Berdasarkan Tempat Tinggal.....	68
<b>Gambar 4.5</b> Responden Berdasarkan Frekuensi Kunjunga.....	69
<b>Gambar 4.6</b> Garis Kontinum Usability.....	75
<b>Gambar 4.7</b> Garis Kontinum <i>Information Quality</i> .....	78
<b>Gambar 4.8</b> Garis Kontinum <i>Service Quality</i> .....	81
<b>Gambar 4.9</b> Garis Kontinum Kepercayaan.....	84

<b>Gambar 4.10</b> Garis Kontinum Minat Beli.....	87
<b>Gambar 4.11</b> Garis Kontinum Kualitas <i>Website</i> .....	88
<b>Gambar 4.12</b> Diagram Jalur Paradigma Penelitian.....	92
<b>Gambar 4.13</b> Struktur Diagram Pertama.....	94
<b>Gambar 4.14</b> Diagram dan Koefisien Jalur Struktur Kedua.....	95
<b>Gambar 4.15</b> Struktur Diagram Jalur Secara Keseluruhan.....	97