

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Logo MS GLOW.....	1
Gambar 1. 2 Produk Perawatan Kulit MS Glow.....	2
Gambar 1.3 Angka Penggunaan Internet di Indonesia.....	3
Gambar 1.4 Angka Penggunaan Internet di Indonesia.....	3
Gambar 1. 5 Persentase Penggunaan Sosial Media di Indonesia.....	4
Gambar 1. 6 Brand Terlaris di E-Commerce	6
Gambar 1. 7 Brand Terlaris di E-Commerce	6
Gambar 1. 8 Persentase Total Penjualan MS Glow	7
Gambar 2.1 Model Perilaku Konsumen.....	16
Gambar 2.2 Tahapan Proses Keputusan Pembelian.....	20
Gambar 2.3 Kerangka Pemikiran.....	40
Gambar 3. 1 Tahapan Penelitian	52
Gambar 3. 2 Garis Kontinum.....	61
Gambar 4. 1 Grafik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	68
Gambar 4. 2 Grafik Responden Berdasarkan Usia	69
Gambar 4. 3 Grafik Responden Berdasarkan Domisili.....	69
Gambar 4. 4 Grafik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan	70
Gambar 4. 5 Grafik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	71
Gambar 4. 6 Grafik Responden Berdasarkan Pendapatan	71
Gambar 4. 7 Grafik Berdasarkan Frekuensi Transaksi Pembelian	72
Gambar 4. 8 Garis Kontinum Indikator <i>Intensity</i>	74
Gambar 4. 9 Garis Kontinum Indikator <i>Valance of opinion</i>	75
Gambar 4. 10 Garis Kontinum Indikator <i>Content</i>	76
Gambar 4. 11 Garis Kontinum Indikator <i>Emotional value</i>	77
Gambar 4. 12 Garis Kontinum Indikator <i>Social value</i>	78
Gambar 4. 13 Garis Kontinum Indikator <i>Quality value</i>	79
Gambar 4. 14 Garis Kontinum Indikator <i>Value of money</i>	80
Gambar 4. 15 Garis Kontinum Indikator <i>Product choice</i>	82
Gambar 4. 16 Garis Kontinum Indikator <i>Brand Choice</i>	83

Gambar 4. 17 Garis Kontinum Indikator <i>Dealer choice</i>	84
Gambar 4. 18 Garis Kontinum Indikator <i>Purchase amount</i>	85
Gambar 4. 19 Garis Kontinum Indikator <i>Purchase timing</i>	87
Gambar 4.20 Garis Kontinum Indikator <i>Payment method</i>	88
Gambar 4. 21 Garis Kontinum Indikator <i>Benevolence</i>	89
Gambar 4. 22 Garis Kontinum Indikator <i>Ability</i>	90
Gambar 4. 23 Garis Kontinum Indikator <i>Integrity</i>	91
Gambar 4. 24 Evaluasi Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	92
Gambar 4. 25 Evaluasi Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	97