

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pengguna dan Tingkat Penetrasi E-commerce di Indonesia 2017-2023..	1
Gambar 1.2 10 Provinsi Dengan Jumlah Usaha E-commerce Terbanyak (2020)	2
Gambar 1.3 Ekonomi Digital Indonesia Terbesar di Asia Tenggara Pada 2022	4
Gambar 1.4 Nilai Ekonomi Digital Indonesia Berdasarkan Sektor	4
Gambar 1.5 Jumlah Pengguna Internet di Indonesia	6
Gambar 1.6 Perkembangan Transaksi E-commerce di Indonesia (2018-2022)	7
Gambar 1.7 Platform Belanja Online Yang Paling Sering Digunakan.....	8
Gambar 1.8 Media Sosial Yang Sering Digunakan Untuk Belanja Online	8
Gambar 1.9 Transaksi Digital di Jawa Barat	10
Gambar 1.10 Promosi yang Ditawarkan McDonald's di <i>Social Media</i> Instagram....	11
Gambar 1.11 Promosi yang Ditawarkan Baeseus di <i>Social Media</i> TikTok.....	12
Gambar 1.12 Promo yang Ditawarkan Oleh E-commerce	13
Gambar 1.13 Alasan Masyarakat Berbelanja Online secara Impulsif	15
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Teoritis	35
Gambar 3.1 Komponen dan Proses penelitian Kuantitatif.....	40
Gambar 3.2 Garis Kontinum	46
Gambar 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	53
Gambar 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	54
Gambar 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	55
Gambar 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan Perbulan.....	56
Gambar 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	57
Gambar 4.6 Garis Kontinum variabel Promotional Activities.....	61
Gambar 4.7 Garis Kontinum variabel Impulsive buying Tendency	63
Gambar 4.8 Garis Kontinum variabel Impulsive buying	65
Gambar 4.9 Outer Model penelitian.....	66
Gambar 4.10 Inner Model Penelitian	69