

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Logo Blibli.com.....	1
Gambar 1.2 Pengguna Internet dan Media Sosial di Indonesia.....	3
Gambar 1.3 Logo Top Brand Award.....	4
Gambar 2.1 Hipotesis 1 dan 2.....	28
Gambar 2.2 Hipotesis 3 dan 4.....	39
Gambar 2.3 Hipotesis 5 dan 6	30
Gambar 2.4 Hipotesis 7 dan 8.....	30
Gambar 2.5 Kerangka pemikiran.....	31
Gambar 3.1 Tahapan penelitian.....	39
Gambar 3.2 Konseptualisasi Pemodelan Persamaan Struktural.....	49
Gambar 4.1 Responden berdasarkan pengguna aplikasi Blibli.com.....	54
Gambar 4.2 Responden berdasarkan jenis kelamin	55
Gambar 4.3 Responden berdasarkan usia	56
Gambar 4.4 Responden berdasarkan tempat tinggal	57
Gambar 4.5 Responden berdasarkan pendidikan terakhir	58
Gambar 4.6 Responden berdasarkan status saat ini	59
Gambar 4.7 Responden berdasarkan pendapatan perbulan	60
Gambar 4.8 Responden berdasarkan media sosial Blibli.com yang sering di kunjungi	61
Gambar 4.9 Responden berdasarkan frekuensi yang mengunjungi media sosial Blibli.com	63
Gambar 4.10 T-Value Pada Model Penelitian	71
Gambar 4.11 Koefisien jalur (<i>path coefficient</i>) Pada Model Penelitian	72