

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Logo BeautyHaul	2
Gambar 1.2 Tampilan <i>website</i> beautyhaul.com	2
Gambar 1.3 Negara dengan Pengguna Internet Tertinggi di Dunia.....	4
Gambar 1.4 Perkembangan Jumlah Pengguna Media Sosial di Indonesia	5
Gambar 1.5 Pilihan Kategori Pembelanjaan Konsumen secara <i>Online</i>	6
Gambar 1.6 Pilihan Saluran Pembelian Produk <i>Cosmetics</i> dan <i>Skincare</i>	6
Gambar 1.7 <i>Global Net Sales E-commerce Personal Care</i> Indonesia	7
Gambar 1.8 <i>Traffic website</i> www.beautyhaul.com.....	8
Gambar 1.9 Jumlah Penggunaan <i>e-commerce</i> BeautyHaul	9
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Jurnal 1	42
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran Jurnal 2	42
Gambar 2.3 Kerangka Pemikiran Jurnal 3	43
Gambar 2.4 Kerangka Pemikiran Modifikasi	44
Gambar 3.1 Tahapan Penelitian	56
Gambar 3.2 Garis Kontinum	65
Gambar 4.1 Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin	74
Gambar 4.2 Karakteristik Responden berdasarkan Usia.....	75
Gambar 4.3 Karakteristik Responden berdasarkan Pendidikan.....	76
Gambar 4.4 Karakteristik Responden berdasarkan Pekerjaan	77
Gambar 4.5 Garis Kontinum <i>Customer Participation</i>	80
Gambar 4.6 Garis Kontinum <i>Online Brand Community Trust</i>	82
Gambar 4.7 Garis Kontinum <i>positive eWOM</i>	84
Gambar 4.8 Garis Kontinum <i>Customer Participation</i>	86
Gambar 4.9 Model SEM yang Dirancang.....	87
Gambar 4.10 <i>Outer Model PLS Algorithm</i>	88
Gambar 4.11 <i>Inner Model PLS Bootstrapping</i>	92

Gambar 4.12 Gambar Model Didukung dengan Data Penelitian111