

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Logo Huisaeng Dimsum	1
Gambar 1. 2 Social Media Instagram Huisaeng Dimsum.....	3
Gambar 1. 3 Social Media Tiktok Huisaeng Dimsum	4
Gambar 1. 4 Contoh Kolaborasi Huisaeng Dimsum dengan Key Opinion Leader melalui Platform TikTok	5
Gambar 1. 5 Entitas Yang Menjual Produk pada Platform Online	7
Gambar 1. 6 Entitas Yang Menjual Produk pada Platform Online	8
Gambar 1. 7 Estimasi Penjualan Bruto Makanan Online di Indonesia (2021-2024)...	9
Gambar 1. 8 Data Penjualan Huisaeng Dimsum dari Januari 2024 sampai Juli 2025	10
Gambar 1. 9 Data rentang Umur Pembeli Huisaeng Dimsum pada platform shopee	18
Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran.....	44
Gambar 3. 1 Komponen dan Proses Penelitian Kuantitatif	54
Gambar 3. 2 Garis kontinum.....	66
Gambar 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	73
Gambar 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	73
Gambar 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Profesi.....	74
Gambar 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	75
Gambar 4. 5 Garis Kontinum Dimensi <i>Expertise</i>	79
Gambar 4. 6 Garis Kontinum Dimensi <i>Trustworthiness</i>	81
Gambar 4. 7 Garis Kontinum Dimensi <i>Attractiveness</i>	84
Gambar 4. 8 Persentase <i>Key Opinion Leader</i> Dalam Garis Kontinum.....	85
Gambar 4. 9 Garis Kontinum Dimensi <i>Intensity</i>	88
Gambar 4. 10 Garis Kontinum Dimensi <i>Valence of Opinion</i>	91
Gambar 4. 11 Garis Kontinum Dimensi <i>Content</i>	93
Gambar 4. 12 Persentase <i>Electronic Word of Mouth</i> Dalam Garis Kontinum	95
Gambar 4. 13 Garis Kontinum Dimensi Kesesuaian dengan Kebutuhan	97
Gambar 4. 14 Garis Kontinum Dimensi Memiliki Nilai Manfaat	100
Gambar 4. 15 Garis Kontinum Dimensi Ketepatan dalam Pengambilan Keputusan	103
Gambar 4. 16 Garis Kontinum Dimensi Keinginan untuk Melakukan Pembelian Ulang	106

Gambar 4. 17 Persentase <i>Purchase Decision</i> Dalam Garis Kontinum	108
Gambar 4. 18 Uji Normalitas Histogram	111
Gambar 4. 19 Uji Normalitas P-P Plot.....	111