

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Logo Lazada.....	3
Gambar 1.2 Data Tingkat penetrasi Internet di Indonesia tahun 2018 – 2024.....	5
Gambar 1.3 Tingkat Penetrasi Internet di Indonesia Berdasarkan Kelompok Generasi.....	7
Gambar 1.4 Jumlah Pengguna <i>E-commerce</i> di Indonesia 2020 – 2024.....	8
Gambar 1.5 Jumlah pengunjung <i>e-commerce</i> di Indonesia Kuartal I – Kuartal IV Tahun 2023	10
Gambar 1.6 Jumlah Pengunjung Situs <i>E-commerce</i> Indonesia Desember 2024 ..	11
Gambar 1.7 Grafik Pengunjung <i>E-commerce</i> Lazada Agustus – Oktober.....	12
Gambar 2.1 Model Penelitian	41
Gambar 3.1 Tahapan Peneltian.....	48
Gambar 3.2 Garis Kontinum.....	58
Gambar 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	66
Gambar 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	67
Gambar 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	68
Gambar 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	69
Gambar 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengalaman Belanja	70
Gambar 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Durasi Penggunaan Aplikasi.....	71
Gambar 4.7 Posisi Variabel <i>Brand Awareness</i> Pada Garis Kontinum	75
Gambar 4.8 Posisi Variabel <i>Perceived Quality</i> Pada Garis Kontinum.....	77
Gambar 4.9 Posisi Variabel <i>Brand Association</i> Pada Garis Kontinum.....	81
Gambar 4.10 Posisi Variabel <i>E-Brand Experience</i> Pada Garis Kontinum.....	84
Gambar 4.11 Posisi Variabel <i>E-Satisfaction</i> Pada Garis Kontinum.....	87
Gambar 4.12 Posisi Variabel <i>E-Loyalty</i> Pada Garis Kontinum.....	90
Gambar 4.13 Model Penelitian Pada SmartPLS	92
Gambar 4.14 Hasil Model Pengukuran (Outer Model).....	93
Gambar 4.15 Hasil Uji Inner Model (<i>Bootstrapping</i>).....	100