

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Pertumbuhan pada sociolla.....	17
Gambar 1. 2 Jumlah Pengguna Internet di Indonesia per Januari (2014-2024).....	19
Gambar 1. 3 Negara dengan tingkat belanja online tertinggi.....	20
Gambar 1. 4 Testimoni Konsumen tentang Pengalaman Berbelanja di Sociolla	22
Gambar 1. 5 <i>Memorable Shopping Experiences</i> di Sociolla.....	23
Gambar 1. 6 Faktor Utama Pendorong Belanja Online di Indonesia	25
Gambar 1. 7 Tampilan Diskon Pada Website Sociolla	25
Gambar 1. 8 Gerai Offline Sociolla di Pentacity Mall Balikpapan	26
Gambar 1. 9 Keterikatan Konsumen melalui Inisiatif Berkelanjutan di Sociolla	27
Gambar 1. 10 Pengaruh Diskon Terhadap <i>Attachment with Store</i>	28
Gambar 1. 11 Tanggapan Pengguna terhadap Aplikasi Sociolla Menilai <i>Brand Positivity</i> melalui <i>Review</i>	30
Gambar 1. 12 <i>Brand Positivity</i> Oleh Komunitas Online	31
Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran	54
Gambar 3. 1 Tahapan Penelitian.....	61
Gambar 3. 2 Graphical Output PLS.....	73
Gambar 3. 3 Presentase Dalam Garis Kontinum.....	76
Gambar 4. 1 Posisi <i>Memorable Shopping Experiences</i> pada garis kontinum.....	86
Gambar 4. 2 Posisi <i>Attachment with Store</i> pada garis kontinum.....	89
Gambar 4. 3 Posisi <i>Brand Positivity</i> pada garis kontinum.....	91
Gambar 4. 4 Graphical Output PLS.....	96