

DAFTAR GAMBAR

GAMBAR 1.1	Logo Steak Ranjang	1
GAMBAR 1.2	Menu Anadalan dari Steak Ranjang.....	2
GAMBAR 1.3	Daftar Menu di Steak Ranjang.....	4
GAMBAR 1.4	Produk Ranjang Manis.....	5
GAMBAR 1.5	Top 20 <i>Internet Countries</i>	8
GAMBAR 1.6	Perbandingan Indikator Statistik Digital di Indonesi Tahun 2015- 2016.....	11
GAMBAR 1.7	Pertumbuhan Media Sosial di Indonesia	12
GAMBAR 1.8	Data Pengguna Twitter di Asia	12
GAMBAR 1.9	<i>Top Active Social Platforms</i> di Indonesia Tahun 2016.....	14
GAMBAR 1.10	Akun Twitter Steak Ranjang	15
GAMBAR 1.11	Promosi Steak Ranjang di Media Sosial Twitter.....	15
GAMBAR 1.12	Contoh Interaksi Steak Ranjang dengan Konsumen Tahun 2016...	16
GAMBAR 1.13	Perbandingan Twitter Steak Ranjang dan Ceker Setan.....	18
GAMBAR 1.14	Contoh Promosi @Kuliner_Bandung untuk Ceker Setan	19
GAMBAR 2.1	Karakteristik Jasa	24
GAMBAR 2.2	Statistik Pengguna Twitter	36
GAMBAR 2.3	Model Hierarki Respon	40
GAMBAR 2.4	Kerangka Pemikiran.....	41
GAMBAR 3.1	Tahapan Penelitian.....	52
GAMBAR 3.2	Kriteria Intepretasi Nilai	59

GAMBAR 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	64
GAMBAR 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	65
GAMBAR 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Fakultas.....	65
GAMBAR 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Uang Saku Pulsa per Bulan	66
GAMBAR 4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran Pulsa per Bulan	67
GAMBAR 4.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Penggunaan Twitter dalm 1 Minggu	67
GAMBAR 4.7	Karakteristik Responden Berdasarkan Sumber Informasi Mengenai Steak Ranjang.....	68
GAMBAR 4.8	Garis Kontinum Sub Variabel <i>e-WOM Quality</i>	74
GAMBAR 4.9	Garis Kontinum Sub Variabel <i>e-WOM Quantity</i>	76
GAMBAR 4.10	Garis Kontinum Sub Variabel <i>Sender's Expertise</i>	78
GAMBAR 4.11	Garis Kontinum Variabel <i>Electronic Word of Mouth (e-WOM)</i>	80
GAMBAR 4.12	Garis Kontinum Variabel Minat Beli	83
GAMBAR 4.13	Uji Normalitas	84