

DAFTAR GAMBAR

Gambar I. 1. Pertumbuhan penjualan e-commerce di Asia	1
Gambar I. 2. Presentase pelaku pembeli e-commerce di Indonesia.....	2
Gambar I. 3. Iklan Bukalapak di Youtube	3
Gambar I. 4 sampel komentar video bukalapak di Youtube.....	4
Gambar I. 5 Iklan “Jadilah Pahlawan Untuk Satu Juta UKM di Bukalapak”	5
Gambar I. 6 Komentar iklan Jadilah Pahlawan Untuk Satu Juta UKM di Bukalapak..	6
Gambar I. 7. Jumlah pengunjung bukalapak 2016.....	7
Gambar III. 1 Model Konseptual	22
Gambar III. 2. Sistematika Pemecahan Masalah	24
Gambar III. 3 Sistematika Pemecahan Masalah (Lanjutan).....	25
Gambar III. 4 Posisi Keputusan EPIC Model	32
Gambar IV 1 Kuadran hasil EPIC Model	46
Gambar V 1 Interpretasi skala efektivitas dimensi empathy	50
Gambar V 2 Interpretasi skala efektivitas dimensi persuasion	52
Gambar V 3 Interpretasi skala efektivitas dimensi impact	55
Gambar V 4 Interpretasi skala efektivitas dimensi communication	58
Gambar V.5 Kuadran EPIC Model	59
Gambar V 6 Interpretasi EPIC Rate.....	60
Gambar V 7 Hasil uji normalitas	61
Gambar V 8 Hasil uji multikolinieritas	61
Gambar V 9 Hasil uji heteroskedastisitas	62
Gambar V 10 Hasil perhitungan regresi linear berganda.....	63
Gambar V 11 Hasil F hitung pada SPSS 14.....	66
Gambar V 12 Hasil Uji T pada SPSS 14.....	66
Gambar V 13 Hasil koefisien determasi	67