

DAFTAR GAMBAR

<i>Gambar 1.1 Kilas Balik Telkom Indonesia</i>	5
<i>Gambar 2.1 Key Objektif Digital Marketing</i>	17
<i>Gambar 2.3 Perbedaan Social Media & Tradisional Media</i>	23
<i>Gambar 2.4 Klasifikasi dan Peran Sosial Media</i>	24
<i>Gambar 2.5 Proses Keputusan Pembelian</i>	35
<i>Gambar 2.6 Variabel Keputusan pembelian ulang</i>	38
<i>Gambar 2.7 Model Penelitian</i>	55
<i>Gambar 4.1 Berdasarkan Jenis Kelamin</i>	89
<i>Gambar 4.2. Responden Berdasarkan Usia</i>	90
<i>Gambar 4.3. Responden berdasarkan jenis pendidikan</i>	91
<i>Gambar 4.4. Responden berdasarkan pekerjaan</i>	92
<i>Gambar 4.7. Diagram Jalur Full Model Struktural (Boostraping)</i>	109