

## DAFTAR GAMBAR

Gambar I. 1 Pengguna Internet dan Media Sosial Penduduk Jawa Barat Tahun 2019.....	1
Gambar I. 2 Peta Desa Mekarsari .....	3
Gambar I. 3 Data Penjualan Kripik Teh dan Baju Tahun 2020.....	4
Gambar I. 4 Data Penjualan Kopi Gambung 2020 .....	5
Gambar III. 1 Model Konseptual .....	27
Gambar III. 2 Sistematika Pemecahan Masalah .....	28
Gambar IV. 1 Produk Kripik Teh Sam Sam .....	40
Gambar IV. 2 Produk Kopi Gambung Bah Dusyie.....	41
Gambar IV. 3 Produk Baju Results.....	41
Gambar IV. 4 Proses Bisnis Gambung Store .....	51
Gambar IV. 5 Proses Bisnis Operasional Gambung Store.....	52
Gambar IV. 6 Transaksi Pada Gambung Store .....	53
Gambar IV. 7 Lokasi Bisnis Gambung Store .....	58
Gambar IV. 8 Hasil Uji Validitas Menggunakan IMB SPSS .....	67
Gambar IV. 9 Hasil Pengujian Reliabilitas Menggunakan IBM SPSS.....	69
Gambar IV. 10 Karakteristik Pasar Berdasarkan Jenis Kelamin .....	69
Gambar IV. 11 Karakteristik Pasar Berdasarkan Usia.....	70
Gambar IV. 12 Karakteristik Pasar Berdasarkan Jenis Pekerjaan .....	70
Gambar IV. 13 Karakteristik Pasar Berdasarkan Pekerjaan .....	71
Gambar IV. 14 Karakteristik Pasar Berdasarkan Domisili .....	71
Gambar IV. 15 Karakteristik Pasar Berdasarkan Frekuensi Membeli Kripik Teh .....	72
Gambar IV. 16 Karakteristik Pasar Berdasarkan Jumlah Uang yang Dikeluarkan Sekali Membeli Kripik Teh.....	72
Gambar IV. 17 Karakteristik Pasar Berdasarkan Cara Mendapatkan Produk Kripik Teh .....	73
Gambar IV. 18 Karakteristik Pasar Berdasarkan Frekuensi Membeli Kopi Roasted Arabica .....	73
Gambar IV. 19 Karakteristik Pasar Berdasarkan Jumlah Uang yang Dikeluarkan Dalam Sekali Membeli Kopi Roasted Arabica .....	74
Gambar IV. 20 Karakteristik Pasar Berdasarkan Cara Mendapatkan Kopi Roasted Arabica .....	74
Gambar IV. 21 Karakteristik Pasar Berdasarkan Frekuensi Membeli Baju jenis Kaos.....	75
Gambar IV. 22 Karakteristik Pasar Berdasarkan Jumlah Uang yang Dikeluarkan Dalam Membeli Baju jenis Kaos .....	75
Gambar IV. 23 Karakteristik Pasar Berdasarkan Cara Mendapatkan Baju Jenis Kaos.....	76
Gambar IV. 24 Kemampuan Terhadap Produk Kripik Teh .....	78
Gambar IV. 25 Kemampuan Terhadap Produk Kopi Roasted Arabica.....	78

Gambar IV. 26 Kemampuan Terhadap Produk Baju Kaos.....	79
Gambar IV. 27 Susunan Organisasi Gambung Store.....	85
Gambar V. 1 Perilaku Responden Membeli Keripik Teh.....	101
Gambar V. 2 Perilaku Responden Membeli Kopi Roasted Arabica.....	102
Gambar V. 3 Perilaku Responden Membeli Baju Kaos.....	102
Gambar V. 4 Pendapatan Gambung Store.....	107
Gambar V. 5 EAIT Gambung Store.....	108
Gambar V. 6 Net Inflow Gambung Store.....	109