

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Pengguna internet Indonesia	2
Gambar 1. 2 Jumlah pengguna <i>e-commerce</i> Indonesia	3
Gambar 1. 3 Pengunjung <i>e-commerce</i>	4
Gambar 1. 4 <i>Network Visualization</i>	7
Gambar 1. 5 <i>Overlay Visualization</i>	8
Gambar 1. 6 Bentuk <i>e-WOM</i> pada <i>e-Commerce</i>	9
Gambar 2. 1 <i>Holistic Marketing</i>	18
Gambar 2. 2 <i>Marketing Mix Theory</i>	20
Gambar 2. 3 <i>Theoretical Framework</i>	24
Gambar 2. 4 Kerangka Pemikiran	43
Gambar 3. 1 Tahapan Penelitian	54
Gambar 3. 2 Skor Alternatif Jawaban	58
Gambar 3. 3 Garis Kontinum	61
Gambar 3. 4 Prosedur Pengolahan dan Analisis Data	63
Gambar 3. 5 Konstruk <i>Unidimensional</i> untuk Konstruk Reflektif dan Formatif	64
Gambar 3. 6 Model Struktural Penelitian	65
Gambar 3. 7 Visualisasi Model Penelitian	66
Gambar 4. 1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	75
Gambar 4. 2 Visualisasi Skor Kontinum pada Variabel <i>E-WOM</i>	82
Gambar 4. 3 Visualisasi Skor Kontinum pada Variabel <i>Brand Image</i>	86
Gambar 4. 4 Visualisasi Skor Kontinum pada Variabel <i>E-Trust</i>	90
Gambar 4. 5 Visualisasi Skor Kontinum pada Variabel <i>E-Purchase Intention</i>	94
Gambar 4. 6 <i>Outer Model Stage One</i>	98
Gambar 4. 7 <i>Outer Model Stage Two</i>	99
Gambar 4. 8 <i>Inner Model</i>	112