

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Logo Innisfree	3
Gambar 1. 2 Revenue of the Beauty & Personal Care Industry Worldwide 2020-2030.....	6
Gambar 1. 3 Gen Z as the Most Powerful Purchasing Group.....	6
Gambar 1. 4 Pengumuman Konsep Baru Innisfree di Media Sosial.....	9
Gambar 1. 5 Komentar Konsumen di Media Sosial terhadap <i>Rebranding</i> Innisfree.....	14
Gambar 1. 6 Reaksi Konsumen terhadap Perubahan BA Innisfree.....	16
Gambar 1. 7 Penjualan Global Innisfree 2015-2024.....	17
Gambar 1. 8 Data Penjualan Innisfree Tahun 2024	18
Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran.....	45
Gambar 3. 1 Tahapan Penelitian	55
Gambar 3. 2 Presentase dalam Garis Kontinum	65
Gambar 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	73
Gambar 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	74
Gambar 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	75
Gambar 4. 4 Garis Kontinum Variabel <i>Brand Attachment</i>	78
Gambar 4. 5 Garis Kontinum Variabel <i>Brand Distinctiveness</i>	82
Gambar 4. 6 Garis Kontinum Variabel <i>Brand Loyalty</i>	84
Gambar 4. 7 Garis Kontinum Variabel <i>Consumer Attitudes Towards Rebranding</i>	86
Gambar 4. 8 Hasil Uji <i>Outer Model</i>	87
Gambar 4. 9 <i>Simple Slope Analysis</i>	100