

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Keinginan untuk membeli produk atau jasa secara online dalam enam bulan ke depan (top 5 teratas)	4
Gambar 1.2. Perangkat yang sering digunakan untuk berbelanja <i>Online</i>	4
Gambar 1.3. Tahapan Penelitian	10
Gambar 2.1. Model Komunikasi Termediasi Komputer	22
Gambar 2.2. Model Perilaku Konsumen Hawkins dan Mothersbaugh	30
Gambar 2.3. Kerangka Pemikiran	47
Gambar 3.1. Kartu Perdana TekTok Mobile	55
Gambar 3.2. Halaman Pertama Website TekTok Mobile	55
Gambar 3.3. Laman Tahap Pilhan Paket dan Nomor SIM TekTok Mobile	56
Gambar 3.4. Laman Tahap Registrasi TekTok Mobile	57
Gambar 3.5. Laman Tahap Ringkasan Pembelian TekTok Mobile	58
Gambar 3.6. Laman Tahap Pembayaran TekTok Mobile	59
Gambar 3.7. Laman Tahap <i>Payment</i> TekTok Mobile	60
Gambar 3.8. Triangulasi Sumber Data	67
Gambar 4.1. Tampilan <i>Home</i> Aris0802	69
Gambar 4.2. Tampilan <i>Home</i> AtikahNisaa	70
Gambar 4.3. Tampilan <i>Home</i> Andriyadi	71
Gambar 4.4 Iklan Digital TekTok di Media Sosial Facebook dan Twitter	132
Gambar 4.5. Kuis TekTok di Media Sosial Facebook dan Twitter	133
Gambar 4.6. Iklan Digital TekTok di Media Sosial Twitter	137
Gambar 5.1. Pola Perilaku Belanja <i>Netizen</i> Terhadap Layanan Telekomunikasi TekTok Mobile	168