

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Perbandingan Generasi <i>Smartphone</i> di <i>South-East Asia</i> (SEA)	6
Gambar 1. 2 <i>Indonesian Smartphone Shipment</i>	7
Gambar 1. 3 <i>Market Share Smartphone Vendors in Indonesia</i>	8
Gambar 1. 4 Pengguna <i>Smartphone</i> di Indonesia	9
Gambar 1. 5 Penetrasi <i>Smartphone</i> dan Jumlah Aplikasi yang Diinstal	10
Gambar 1. 6 <i>Ownership or Access to Smartphone and PC</i>	11
Gambar 1. 7 Kategori Aplikasi yang Sering Diakses Oleh Pengguna <i>Smartphone</i> . 12	
Gambar 1. 8 Kecenderungan Orang Lebih Memilih Dompot atau <i>Smartphone</i>	14
Gambar 2. 1 Pengaruh Utama dalam Perilaku Konsumen.....	23
Gambar 2. 2 Proses Keputusan Pembelian	25
Gambar 2. 3 Model Kerangka Konseptual Penelitian.....	38
Gambar 3. 1 Tahapan Penelitian	49
Gambar 3. 2 Garis kontinum	62
Gambar 4. 1 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Usia	66
Gambar 4. 2 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	67
Gambar 4. 3 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Pendapatan	68
Gambar 4. 4 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	69
Gambar 4. 5 Garis Kontinum	70
Gambar 4. 6 Garis Kontinum Variabel <i>Social Need</i>	72
Gambar 4. 7 Garis Kontinum Variabel <i>Social Influence</i>	74
Gambar 4. 8 Garis Kontinum Variabel <i>Convenience</i>	75
Gambar 4. 9 Garis Kontinum Variabel <i>Dependency</i>	77
Gambar 4. 10 Garis Kontinum Variabel <i>Purchase Behavior</i>	79
Gambar 4. 11 <i>Structural Equation Model</i>	80
Gambar 4. 12 Model Penelitian Amos	89