

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Logo Viva Cosmetics	1
Gambar 1.2 Grafik Top Brand Index Viva Cosmetics 2016-2019	4
Gambar 2.1 Skema Teori <i>Integrative Model</i>	13
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran.....	36
Gambar 3.1 Komponen dan Proses Penelitian Kuantitatif	45
Gambar 3.2 Persentase Dalam Garis Kontinum	50
Gambar 3.3 Struktural Model Penelitian	52
Gambar 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	58
Gambar 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	59
Gambar 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Akhir.....	60
Gambar 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	60
Gambar 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan Per Bulan	61
Gambar 4.6 Posisi Variabel Konten Sosial Media pada Garis Kontinum	65
Gambar 4.7 Posisi Variabel <i>Customer Engagement</i> pada Garis Kontinum	69
Gambar 4.8 Posisi Variabel <i>Marketing Performance</i> pada Garis Kontinum	73
Gambar 4.9 Tampilan <i>Output Bootstrapping</i>	77