

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Usia Pertama Kali Menggunakan Make Up.....	16
Gambar 1. 2 Usia Pertama Kali Menggunakan Skin Care.....	16
Gambar 1. 3 Preferensi Merek Berdasarkan Kota	17
Gambar 1. 4 Preferensi Merek Berdasarkan Pendapatan.....	18
Gambar 1. 5 Alasan Masyarakat Memilih Produk Lokal	18
Gambar 1. 6 Jumlah Pengguna Internet dan Media Sosial	20
Gambar 1. 7 Perilaku Masyarakat Indonesia pada Media Sosial	20
Gambar 1. 8 Infografis Kosmetik Lokal di Twitter	21
Gambar 1. 9 Sumber Penemuan Merek Baru Oleh Konsumen	22
Gambar 1. 10 Nilai Iklan Digital.....	22
Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran	46
Gambar 3. 1 Tahapan Penelitian	56
Gambar 3. 2 Preferensi Merek Berdasarkan Kota	58
Gambar 3. 3 Garis Kontinum Kriteria Presentase Skor	64
Gambar 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	70
Gambar 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	71
Gambar 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	72
Gambar 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Merek Kosmetik	73
Gambar 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Platform Media Sosial.....	74
Gambar 4. 6 Garis Kontinum Variabel <i>Brand Familiarity</i>	77
Gambar 4. 7 Garis Kontinum Variabel <i>Information Quality</i>	82
Gambar 4. 8 Garis Kontinum Variabel <i>Involvement with Brand on Social Media</i>	85
Gambar 4. 9 Garis Kontinum Variabel <i>Attitude towards Brand's Social Media</i>	88
Gambar 4. 10 Garis Kontinum Variabel <i>Future Purchase Intentions</i>	90
Gambar 4. 11 Model Persamaan Struktural.....	92
Gambar 4. 12 Hasil <i>t-value</i> untuk Hubungan Kausal	94
Gambar 4. 13 Hasil <i>standard solutions</i> untuk Hubungan Kausal	94
Gambar 4. 14 Kerangka Pemikiran dan Hasil Uji	102

Halaman ini sengaja dikosongkan