

DAFTAR GAMBAR

| | |
|--|----|
| Gambar 1.1 Logo Perusahaan Shopee | 1 |
| Gambar 1.2 Penetrasi <i>E-commerce</i> Provinsi di Indonesia 2018 | 3 |
| Gambar 1.3 Persaingan Antar <i>E-commerce</i> di Indonesia Q3 2020 | 4 |
| Gambar 1.4 Stray Kids dikonfirmasi sebagai <i>brand ambassador</i> (Twitter)..... | 5 |
| Gambar 1.5 Stray Kids dikonfirmasi sebagai <i>brand ambassador</i> (Instagram)..... | 6 |
| Gambar 1.6 Stray Kids dalam iklan Shopee 12.12 Birthday Sale | 7 |
| Gambar 1.7 Stray Kids dalam iklan Shopee 12.12 Birthday Sale Twitter..... | 7 |
| Gambar 1.8 Stray Kids dalam iklan 1.1 New Year Sale Shopee Instagram | 8 |
| Gambar 1.9 Stray Kids dalam iklan Youtube 2.2 Men Sale Shopee | 9 |
| Gambar 1.10 Stray Kids <i>photoshoot</i> video musik God's Menu | 10 |
| Gambar 1.11 Fitur Pilih Artis untuk acara WIB TV Show Tokopedia..... | 13 |
| Gambar 1.12 Fitur Vote 12.12 Superstar Shopee | 13 |
| Gambar 2.3 Kerangka Pemikiran..... | 34 |
| Gambar 3.1 Garis Kontinum..... | 46 |
| Gambar 4.1 Kategori Member Loyalty..... | 56 |
| Gambar 4.2 Kategori Responden Berdasarkan Usia..... | 56 |
| Gambar 4.3 Kategori Responden Berdasarkan Jenis Kelamin | 57 |
| Gambar 4.4 Kategori Responden Berdasarkan Pekerjaan | 58 |
| Gambar 4.5 Kategori Responden Berdasarkan Penghasilan Perbulan..... | 59 |
| Gambar 4.6 Persentase mengenai pengetahuan grup musik Stray Kids | 60 |
| Gambar 4.7 mengenai pengetahuan grup musik Stray Kids sebelum menjadi <i>brand ambassador</i> Shopee | 61 |
| Gambar 4.8 mengenai kemunculan Stray Kids di layar kaca | 61 |
| Gambar 4.9 mengenai keterampilan yang dimiliki Stray Kids | 62 |
| Gambar 4.10 mengenai reputasi yang dimiliki Stray Kids | 62 |
| Gambar 4.11 mengenai tampilan fiik yang dimiliki Stray Kids | 63 |
| Gambar 4.12 mengenai kehandalan Stray Kids sebagai <i>performer</i> | 64 |
| Gambar 4.13 mengenai pengetahuan Stray Kids sebagai <i>brand ambassador</i> Shopee | 64 |
| Gambar 4.14 mengenai Stray Kids sebagai cerminan jiwa muda bagi Shopee | 65 |

| | |
|---|----|
| Gambar 4.15 mengenai Stray Kids sebagai grup musik yang semangat bagi Shopee | 65 |
| Gambar 4.16 mengenai Stray Kids sebagai grup yang kreatif..... | 65 |
| Gambar 4.17 mengenai Stray Kids yang mampu memberikan perhatian | 66 |
| Gambar 4.18 mengenai Stray Kids yang mampu membujuk untuk menggunakan Shopee | 67 |
| Gambar 4.19 mengenai Stray Kids yang mampu membujuk untuk bertransaksi di Shopee | 67 |
| Gambar 4.20 responden mengenai untuk kembali berbelanja di Shopee | 69 |
| Gambar 4.21 mengenai Shopee sebagai tempat belanja utama di <i>e-commerce</i> | 69 |
| Gambar 4.22 mengenai harga Shopee menjadi pertimbangan..... | 70 |
| Gambar 4.23 mengenai harga yang ditawarkan Shopee menjadi daya tarik..... | 71 |
| Gambar 4.24 mengenai perbandingan harga lain lebih murah dari Shopee, tetapi tetap menggunakan Shopee..... | 71 |
| Gambar 4.25 mengenai kepuasan Shopee menggunakan Stray Kids sebagai <i>brand amabassador</i> | 72 |
| Gambar 4.27 mengenai kenyamanan menggunakan Shopee..... | 72 |
| Gambar 4.28 mengenai akan menggunakan Shopee seterusnya karena Stray Kids menjadi <i>brand ambassador</i> | 73 |
| Gambar4.28 mengenai kesukaan merek Shopee..... | 74 |
| Gambar 4.29 responden mengenai pembicaraan positif tentang Shopee ke orang lain | 74 |
| Gambar 4.30 responden mengenai akan memberi rekomendasi tentang Shopee ke yang lain | 75 |
| Gambar 4.31 mengenai kesetiaan menggunakan Shopee | 75 |
| Gambar 4.32 Histogram Uji Normalitas | 77 |
| Gambar 4.33 Grafik P-Plot | 77 |