

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Logo Instagram	1
Gambar 1.2 Nilai Kapitalisasi Transaksi E-commerce	3
Gambar 1.3 Jumlah Pengguna Instagram di Indonesia Tahun 2019-2020	7
Gambar 1.4 Grafik rata-rata konsumen mengonsumsi konten pemasaran di Instagram.....	8
Gambar 1.5 Alasan Konsumen Mencoba Merek Baru.....	9
Gambar 1.6 Alasan Konsumen Mengikuti Merek Dagang di Media Sosial.....	10
Gambar 1.7 Jumlah Kasus Penipuan di Media Sosial pada Tahun 2020.....	11
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	41
Gambar 3.1 Tahapan Penelitian	51
Gambar 3.2 Garis Kontinum Penelitian.....	58
Gambar 4.1 Hasil Kriteria Responden Berdasarkan jenis Kelamin.....	63
Gambar 4.2 Kriteria Responden Berdasarkan Tahun Kelahiran.....	64
Gambar 4.3 Kriteria Responden berdasarkan Provinsi Tempat Tinggal	65
Gambar 4.4 Kriteria Responden berdasarkan Pekerjaan.....	66
Gambar 4.5 Kriteria Responden berdasarkan Penghasilan	67
Gambar 4.6 Garis Kontinum Variabel Utilitarian Value	69
Gambar 4.7 Garis Kontinum Hedonic Value	71
Gambar 4.8 Garis Kontinum Social Value	73
Gambar 4.9 Garis Kontinum Perceived Risk.....	75
Gambar 4.10 Garis Kontinum Kepuasan Konsumen.....	77
Gambar 4.11 Model Struktural Penelitian	81