

DAFTAR GAMBAR

Gambar I. 1 Pengguna Internet dan Media Sosial Penduduk Jawa Barat Tahun 2019.....	1
Gambar I. 2 Peta Desa Mekarsari	3
Gambar I. 3 Data Penjualan Kripik Teh dan Baju Tahun 2020.....	4
Gambar I. 4 Data Penjualan Kopi Gambung 2020	5
Gambar III. 1 Model Konseptual	27
Gambar III. 2 Sistematika Pemecahan Masalah	28
Gambar IV. 1 Produk Kripik Teh Sam Sam	40
Gambar IV. 2 Produk Kopi Gambung Bah Dusyie.....	41
Gambar IV. 3 Produk Baju Results.....	41
Gambar IV. 4 Proses Bisnis Gambung Store	51
Gambar IV. 5 Proses Bisnis Operasional Gambung Store.....	52
Gambar IV. 6 Transaksi Pada Gambung Store	53
Gambar IV. 7 Lokasi Bisnis Gambung Store	58
Gambar IV. 8 Hasil Uji Validitas Menggunakan IMB SPSS	67
Gambar IV. 9 Hasil Pengujian Reliabilitas Menggunakan IBM SPSS.....	69
Gambar IV. 10 Karakteristik Pasar Berdasarkan Jenis Kelamin	69
Gambar IV. 11 Karakteristik Pasar Berdasarkan Usia.....	70
Gambar IV. 12 Karakteristik Pasar Berdasarkan Jenis Pekerjaan	70
Gambar IV. 13 Karakteristik Pasar Berdasarkan Pekerjaan	71
Gambar IV. 14 Karakteristik Pasar Berdasarkan Domisili	71
Gambar IV. 15 Karakteristik Pasar Berdasarkan Frekuensi Membeli Keripik Teh	72
Gambar IV. 16 Karakteristik Pasar Berdasarkan Jumlah Uang yang Dikeluarkan Sekali Membeli Keripik Teh.....	72
Gambar IV. 17 Karakteristik Pasar Berdasarkan Cara Mendapatkan Produk Keripik Teh	73
Gambar IV. 18 Karakteristik Pasar Berdasarkan Frekuensi Membeli Kopi Roasted Arabica	73
Gambar IV. 19 Karakteristik Pasar Berdasarkan Jumlah Uang yang Dikeluarkan Dalam Sekali Membeli Kopi Roasted Arabica	74
Gambar IV. 20 Karakteristik Pasar Berdasarkan Cara Mendapatkan Kopi Roasted Arabica	74
Gambar IV. 21 Karakteristik Pasar Berdasarkan Frekuensi Membeli Baju jenis Kaos.....	75
Gambar IV. 22 Karakteristik Pasar Berdasarkan Jumlah Uang yang Dikeluarkan Dalam Membeli Baju jenis Kaos	75
Gambar IV. 23 Karakteristik Pasar Berdasarkan Cara Mendapatkan Baju Jenis Kaos.....	76
Gambar IV. 24 Kemampuan Terhadap Produk Keripik Teh	78
Gambar IV. 25 Kemampuan Terhadap Produk Kopi Roasted Arabica.....	78

Gambar IV. 26 Kemampuan Terhadap Produk Baju Kaos.....	79
Gambar IV. 27 Susunan Organisasi Gambung Store.....	85
Gambar V. 1 Perilaku Responden Membeli Keripik Teh.....	101
Gambar V. 2 Perilaku Responden Membeli Kopi Roasted Arabica.....	102
Gambar V. 3 Perilaku Responden Membeli Baju Kaos.....	102
Gambar V. 4 Pendapatan Gambung Store.....	107
Gambar V. 5 EAIT Gambung Store.....	108
Gambar V. 6 Net Inflow Gambung Store.....	109