

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Logo Make Over	12
Gambar 1.2 Logo PT Paragon Technology and Innovation	13
Gambar 1.3 <i>Customer Review</i> Make Over.....	15
Gambar 1.4 <i>Influencer Endorsement</i> Make Over	16
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	35
Gambar 3.1 Tahapan Penelitian	40
Gambar 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	54
Gambar 4.2 Karakteristik responden berdasarkan usia.....	55
Gambar 4.3 Karakteristik pendidikan terakhir responden	56
Gambar 4.4 Karakteristik responden alasan utama menggunakan make-up	57
Gambar 4. 5 Karakteristik responden produk make-up yang paling banyak digunakan dalam tiga bulan sebelumnya	58
Gambar 4. 6 Kriteria responden faktor utama yang dipertimbangkan saat membeli make-up.....	59
Gambar 4.7 karakteristik responden berdasarkan klaim produk make-up yang membuat responden tertarik	60
Gambar 4.8 Garis Kontinum <i>Customer Review</i>	62
Gambar 4.9 Garis Kontinum <i>Influencer Endorsement</i>	64
Gambar 4.10 Garis Kontinum <i>Trust</i>	65
Gambar 4.11 Garis Kontinum <i>Purchase Intention</i>	66
Gambar 4.12 Hasil R Square.....	69
Gambar 4.13 Hasil Uji Efek Moderasi.....	71