

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Logo Chatime	1
Gambar 1.2 Jumlah Pengguna Internet dan Social Media di Indonesia	4
Gambar 1.3 Alasan Responden Menggunakan Media Social	5
Gambar 1.4 Urutan Pengguna Social Media	6
Gambar 1.5 Tampilan Instagram Resmi Chatime	7
Gambar 1.6 Keluhan Pelanggan Terhadap Produk dan Layanan Chatime	13
Gambar 2.1 Kerangka Penelitian	35
Gambar 3.1 Tahapan Penelitian	43
Gambar 3.2 Garis Kontinum	54
Gambar 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	62
Gambar 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	63
Gambar 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	64
Gambar 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Rata-Rata	65
Gambar 4.5 Posisi <i>Social Media Marketing Activities</i> Pada Garis Kontinum	69
Gambar 4.6 Posisi <i>Brand Awareness</i> Pada Garis Kontinum	71
Gambar 4.7 Posisi <i>Brand Image</i> Pada Garis Kontinum	73
Gambar 4.8 Posisi <i>E-WOM</i> Pada Garis Kontinum	75

Gambar 4.9 Posisi <i>Commitment</i> Pada Garis Kontinum	77
Gambar 4.10 <i>Model Struktural</i>	78
Gambar 4.11 <i>Path Diagram Inner Model (Bootstraping)</i>	85