Daftar Gambar

Gambar 1. 1 Logo Lazada 3
Gambar 1. 2 Kategori Produk Lazada 4
Gambar 1. 3 Jumlah Pengguna Internet Indonesia 5
Gambar 1. 4 Jumlah Pengguna Internet Per Provinsi Indonesia,2020 6
Gambar 1. 5 Penetrasi Pengguna Internet 7
Gambar 1. 6 Peta Persaingan e-commerce Di Indonesia 8
Gambar 1. 7 Prediksi Pertumbuhan e-Commerce Indonesia 8
Gambar 1. 8 Laporan GMV Lazada 2013 – 2015 9
Gambar 1. 9 Sepuluh Pengunjung Terbanyak 10
Gambar 1. 10 Kota Medan Menjadi Target Lazada 11
Gambar 1. 11 Peta Kompetisi e-Commerce 6 kota 11
Gambar 1. 12 Website Lazada 12
Gambar 1. 13 Kenaikan Belanja Iklan TV *E – Commerce* 2016 - 2017 13
Gambar 1. 14 Pengunjung Lazada Di Indonesia 14
Gambar 1. 15 Hasil Pra Survei Keputusan Pembelian E-Commerce 15
Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran(X2) Brand Image 47
Gambar 2. 2 Kerangka Pemikiran 47
Gambar 3. 1 Proses Tahapan Penelitian 58
Gambar 3. 2 Persentase Dalam Garis Kontinum 65
Gambar 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 70
Gambar 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia 71
Gambar 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir 72
Gambar 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan 73
Gambar 4. 6 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan 74
Gambar 4. 7 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian / Bulan ... 75
Gambar 4. 8 Garis Kontinum Variabel Iklan 81
Gambar 4. 9 Garis Kontinum Variabel Brand Image 84
Gambar 4. 10 Garis Konstinum Variabel Keputusan Pembelian 87
Gambar 4. 11 Hasil Uji Normalitas P - Plot 89
Gambar 4. 12 Hasil Uji Heteroskedasitas 91