

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Logo Saadi Ganoor	8
Gambar 1.2 Instagram Saadi Ganoor	9
Gambar 1.3 Grafik Kontribusi PDB Subsektor Ekonomi Kreatif di Indonesia	12
Gambar 1.4 Data Pendapatan Saadi Ganoor tahun 2021-2022	13
Gambar 2.1 Skema <i>State of The Art</i> Penelitian	41
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran	49
Gambar 2.3 Model dan Hipotesis Penelitian	50
Gambar 3.1 Tahapan Penelitian	60
Gambar 3.1 Tahapan Penelitian (Lanjutan)	61
Gambar 4.1. Persentase Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	73
Gambar 4.2. Persentase Responden Berdasarkan Usia	74
Gambar 4.3. Persentase Responden Berdasarkan Pekerjaan	75
Gambar 4.4 Persentase Responden Berdasarkan jumlah pengeluaran yang dikeluarkan untuk membeli produk tasbih atau/dan aksesoris.	76
Gambar 4.5 Persentase Responden Berdasarkan Frekuensi Responden Dalam Membeli Produk Saadi Ganoor.	77
Gambar 4.6 Diagram Loading Factor Pada Model Penelitian	78
Gambar 4.7 Diagram Loading Factor Pada Model Penelitian	79
Gambar 4.8 Hasil Pengujian Hipotesi	93
Gambar 4.9 Kuadran <i>Importance</i> dan <i>Performance</i> Instagram	99
Gambar 4.10. Kuadran <i>Importance</i> dan <i>Performance</i> WhatsApp	102