

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pengguna dan Tingkat Penetrasi E-commerce di Indonesia 2017-2023..	1
Gambar 1.2 10 Provinsi Dengan Jumlah Usaha E-commerce Terbanyak (2020) .....	2
Gambar 1.3 Ekonomi Digital Indonesia Terbesar di Asia Tenggara Pada 2022 .....	4
Gambar 1.4 Nilai Ekonomi Digital Indonesia Berdasarkan Sektor .....	4
Gambar 1.5 Jumlah Pengguna Internet di Indonesia .....	6
Gambar 1.6 Perkembangan Transaksi E-commerce di Indonesia (2018-2022) .....	7
Gambar 1.7 Platform Belanja Online Yang Paling Sering Digunakan.....	8
Gambar 1.8 Media Sosial Yang Sering Digunakan Untuk Belanja Online .....	8
Gambar 1.9 Transaksi Digital di Jawa Barat .....	10
Gambar 1.10 Promosi yang Ditawarkan McDonald's di <i>Social Media</i> Instagram....	11
Gambar 1.11 Promosi yang Ditawarkan Baeseus di <i>Social Media</i> TikTok.....	12
Gambar 1.12 Promo yang Ditawarkan Oleh E-commerce .....	13
Gambar 1.13 Alasan Masyarakat Berbelanja Online secara Impulsif .....	15
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Teoritis .....	35
Gambar 3.1 Komponen dan Proses penelitian Kuantitatif.....	40
Gambar 3.2 Garis Kontinum .....	46
Gambar 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	53
Gambar 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	54
Gambar 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	55
Gambar 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan Perbulan.....	56
Gambar 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili .....	57
Gambar 4.6 Garis Kontinum variabel Promotional Activities.....	61
Gambar 4.7 Garis Kontinum variabel Impulsive buying Tendency .....	63
Gambar 4.8 Garis Kontinum variabel Impulsive buying .....	65
Gambar 4.9 Outer Model penelitian.....	66
Gambar 4.10 Inner Model Penelitian .....	69