

## DAFTAR GAMBAR

|   |    |
|---|----|
| Gambar 1. 1 Persentase Anak Muda yang Melakukan Thrifting Tahun 2022.....                         | 1  |
| Gambar 1. 2 Logo TikTok .....   | 3  |
| Gambar 1. 3 Total Jam Mengakses Aplikasi Belanja di Indonesia Tahun 2018-2021<br>.....            | 6  |
| Gambar 1. 4 Secondhand Expected to Double Market Share in 10 Years .....                          | 8  |
| Gambar 1. 5 Data Pengguna Platform Belanja Online di Indonesia.....                               | 9  |
| Gambar 1. 6 Frekuensi Belanja Online Masyarakat Indonesia.....                                    | 12 |
| Gambar 1. 7 Alasan Konsumen Tidak Puas dengan Belanja Online melalui E-<br>Commerce di ASEAN..... | 14 |
| Gambar 2. 1 Expectation Confirmation Model.....   | 22 |
| Gambar 2. 2 Kerangka Pemikiran .....  | 45 |
| Gambar 3. 1 Tahapan Penelitian .....  | 55 |
| Gambar 3. 2 Garis Kontinum .....  | 63 |
| Gambar 4. 1 Grafik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....                                       | 67 |
| Gambar 4. 2 Grafik Responden Berdasarkan Usia .....   | 68 |
| Gambar 4. 3 Grafik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan .....                                 | 69 |
| Gambar 4. 4 Grafik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....   | 70 |
| Gambar 4. 5 Grafik Responden Berdasarkan Tingkat Pendapatan.....                                  | 70 |
| Gambar 4. 6 Garis Kontinum Tanggapan Responden Terkait Variabel Expectation<br>.....              | 73 |
| Gambar 4. 7 Garis Kontinum Tanggapan Responden Terkait Variabel Perceived<br>Ease Of Use.....     | 75 |
| Gambar 4. 8 Garis Kontinum Tanggapan Responden Terkait Variabel Perceived<br>Enjoyment .....      | 77 |
| Gambar 4. 9 Garis Kontinum Tanggapan Responden Terkait Variabel Satisfaction<br>.....             | 79 |
| Gambar 4. 10 Garis Kontinum Tanggapan Responden Terkait Variabel Repurchase<br>Intention .....    | 81 |
| Gambar 4. 11 Hasil Outer Model.....   | 82 |
| Gambar 4. 12 Hasil Inner Model.....   | 85 |