

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Logo Scarlett	1
Gambar 1. 2 Penjualan Kosmetik di Indonesia.....	2
Gambar 1. 3 Pertumbuhan Kategori Kecantikan	2
Gambar 1. 4 Kategori Produk Kecantikan.....	3
Gambar 1. 5 Data Penjualan Kategori Beauty & Care	4
Gambar 1. 6 Peringkat Penggunaan Produk Kecantikan	4
Gambar 1. 7 Komposisi Penduduk Indonesia.....	7
Gambar 1. 8 Penjualan Brand Serum Terbanyak di E-Commerce	8
Gambar 1. 9 Ulasan Scarlett Serum.....	10
Gambar 1. 10 Ulasan Somethinc Serum.....	10
Gambar 1. 11 Ulasan Avoskin Serum.....	10
Gambar 1. 12 Persentase review Negatif dan Positif 5 Produk Serum.....	11
Gambar 2. 1 Model 1. <i>Negative Electronic Word of Mouth on Switching Behavior</i>	35
Gambar 2. 2 Model 2. <i>Negative Electronic Word of Mouth on Brand Switching Behavior</i>	36
Gambar 2. 3 Model 3. <i>Variety Seeking on Customer engagement and switching intention</i>	37
Gambar 2. 4 Kerangka Pemikiran.....	39
Gambar 3. 1 Tahapan Penelitian.....	49
Gambar 3. 2 Garis Kontinum Kriteria Interpretasi	56
Gambar 4. 1 Garis Kontinum <i>Negative E-WOM</i>	64
Gambar 4. 2 Garis Kontinum <i>Variety Seeking</i>	66
Gambar 4. 3 Garis Kontinum <i>Customer Engagement</i>	67
Gambar 4. 4 Garis Kontinum <i>Brand Switching Behavior</i>	69
Gambar 4. 5 Outer Model	70
Gambar 4. 6 Inner Model.....	78
Gambar 4. 7 Model yang Didukung Data Penelitian.....	84