

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Produk Sepatu Compass.....	2
Gambar 1. 2 Presentase Kontribusi PDB Industri Kreatif Tahun 2023	3
Gambar 1. 3 Preferensi Belanja Online Masyarakat Indonesia Tahun 2023.....	4
Gambar 1. 4 Persentase Negara dengan Jumlah Pembelian Sepatu Terbanyak di Dunia Tahun 2024.....	5
Gambar 1. 5 Data Pendapatan dan prediksi pasar sepatu di Indonesia dari tahun 2021-2029	6
Gambar 1. 6 Data Pertumbuhan dan Prediksi Pendapatan Sepatu di Pasar Indonesia dari tahun 2021-2029.....	7
Gambar 1. 7 Volume Pasar Sneaker di Indonesia.....	8
Gambar 1. 8 Data Perceived Value yang dirasakan.....	12
Gambar 1. 9 Data E-Wom tentang Compass di platform online	16
Gambar 1. 10 Data Jumlah Pengguna Media Sosial Di Indonesia	17
Gambar 1. 11 Data Popularitas Media Sosial di Indonesia.....	18
Gambar 1. 12 Media Social Compass	20
Gambar 1. 13 Aktivitas Media Sosial brand Compass	21
Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran.....	59
Gambar 3. 1 Tahapan Penelitian	72
Gambar 3. 2 Garis Kontinum.....	80
Gambar 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	91
Gambar 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	92
Gambar 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	92
Gambar 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Bulanan	93
Gambar 4. 5 Garis Kontinum Social Media Marketing Activities (SMMas)	97
Gambar 4. 6 Garis Kontinum Perceived Value.....	100
Gambar 4. 7 Garis Kontinum Electronic Word of Mouth (E-Wom).....	103
Gambar 4. 8 Garis Kontinum Purchase Decision	106
Gambar 4. 9 Hasil PLS Algorithm Measurement Model.....	107

Gambar 4. 10 Hasil Bootstrapping Structural Model.....	114
Gambar 4. 11 Hasil Importance Performance Map Analysis (IPMA) Level Konstruk.....	123
Gambar 4. 12 Kuadran Importance Performance Map Analysis (IPMA) Level Konstruk.....	124
Gambar 4. 13 Hasil Importance Performance Map Analysis (IPMA) Level Indikator	127
Gambar 4. 14 Kuadran Importance Performance Map Analysis (IPMA) Level Indikator	128