

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Logo Wardah.....	1
Gambar 1.2 Pertumbuhan Pendapatan Pasar Kosmetik Indonesia Tahun 2021-2024 (dalam miliar USD)	3
Gambar 1.3 Preferensi Konsumen Indonesia dalam Memilih <i>Brand</i> Kosmetik Tahun 2022	4
Gambar 1.1 7 Merek Kosmetik Lokal Paling Banyak Digunakan di Indonesia Tahun 2022	5
Gambar 1.2 7 Merek Kosmetik Lokal Paling Dikenal di Indonesia Tahun 2022.....	6
Gambar 1.3 <i>Top Beauty Brands</i> 2024 di Asia Tenggara	7
Gambar 1.4 Official Sosial Media Wardah (Facebook, Instagram, Tiktok, Twitter (X) dan YouTube)	10
Gambar 1.5 Media Sosial Paling Banyak Digunakan di Indonesia 2025	10
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	52
Gambar 3.1 Tahapan Penelitian	62
Gambar 3.2 Kriteria Penilaian Presentase.....	67
Gambar 4.1 <i>Screening Question</i> pertama.....	74
Gambar 4.2 <i>Screening Question</i> kedua.....	74
Gambar 4.3 <i>Screening Question</i> ketiga.....	74
Gambar 4.4 <i>Screening Question</i> keempat.....	75
Gambar 4.5 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin	75
Gambar 4.6 Karakteristik Berdasarkan Usia.....	76
Gambar 4.7 Karakteristik Berdasarkan Domisili	77
Gambar 4.8 Karakteristik Berdasarkan Pendapatan Per-Bulan	77
Gambar 4.9 Garis Kontinum Variabel <i>Social Media Marketing</i>	83
Gambar 4.10 Garis Kontinum Variabel <i>Brand Trust</i>	85
Gambar 4.11 Garis Kontinum Variabel <i>Purchase Decision</i>	87
Gambar 4.12 Nilai <i>Loading Factor</i>	88