

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Perilaku Pengguna Internet Indonesia	3
Gambar 1.2	<i>E-Commerce Development in Indonesia</i>	4
Gambar 1.3	Transaksi <i>E-Commerce</i> Indonesia (2014-2018)	5
Gambar 1.4	<i>E-Commerce</i> di Indonesia Tahun 2017 dan 2018	7
Gambar 1.5	<i>E-Commerce Sales</i> , Nilai Belanja <i>Online</i> 1 Tahun	8
Gambar 1.6	<i>Frequency of Impulse Shopping Online vs In-Store</i>	10
Gambar 1.7	Perilaku Belanja Konsumen	11
Gambar 1.8	<i>The Impulse Buying Fact Sheet</i>	13
Gambar 1.9	<i>Nielsen Digital Circulars Survey, Q2 2011</i>	14
Gambar 1.10	<i>Valuation of Southeast Asia Unicorns</i>	17
Gambar 1.11	10 <i>E-Commerce</i> dengan Jumlah Pengunjung Terbanyak	18
Gambar 2.1	Tingkatan Produk	55
Gambar 2.2	Kerangka Berpikir Konseptual	104
Gambar 3.1	Daerah Penerimaan dan Penolakan H_0	144
Gambar 3.2	Uji Simultan (Uji F)	147
Gambar 4.1	Logo Tokopedia	153
Gambar 4.2	Struktur Organisasi Perusahaan Tokopedia	157
Gambar 4.3	Profil Responden <i>Impulsive Buying</i> di Tokopedia	165
Gambar 4.4	Histogram Uji Normalitas	188
Gambar 4.5	Grafik Normal P-P Plot	188
Gambar 4.6	<i>Scatterplot</i>	191



UNIVERSITAS
MERCU BUANA