

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 1.1</b>	Persentase Penetrasi Pengguna E-Commerce.....	3
<b>Gambar 2.1</b>	WOM vs E-WOM .....	13
<b>Gambar 2.2</b>	Kerangka Pemikiran.....	24
<b>Gambar 3.1</b>	Tahapan Penelitian .....	26
<b>Gambar 4.1</b>	Sejarah Perkembangan E-Commerce .....	39
<b>Gambar 4.2</b>	Model Keseluruhan Variabel .....	49
<b>Gambar 4.3</b>	Output Model Persamaan Struktural .....	51

