

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Rasio pemasaran industri kosmetik.....	2
Gambar 2.1 Rerangka Pemikiran	38
Gambar 4.1 Usia Responden.....	60
Gambar 4.2 Pekerjaan Responden	61
Gambar 4.3 Pendapatan Responden.....	62
Gambar 4.4 Model Pengukuran Variabel Inovasi produk	69
Gambar 4.5 Model Pengukuran Variabel Citra merek.....	71
Gambar 4.6 Model Pengukuran Variabel Media sosial	74
Gambar 4.7 Model Pengukuran Variabel Minat Beli	77
Gambar 4.8 Model Pengukuran Measurement Variabel Penelitian.....	80
Gambar 4.9 Modifikasi Model Pengukuran Measurement Variabel Penelitian setelah modifikasi.....	81
Gambar 4.10 Model Struktural (<i>T – value</i>).....	83

UNIVERSITAS
MERCU BUANA