**DAFTAR GAMBAR**

Gambar 1.1 Pertumbuhan Transaksi *E-commerce* di Indonesia...………………..………...3

Gambar 2.1 Tahapan Keputusan Pembelian………….…….………………..…..….….....15

Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran…………...……………...……………………....…........23

Gambar 3.1 Rentang Skala………………………….………..………………...……..........32

Gambar 4.1 Skor Rata-Rata Variabel Citra Merek………………………...…........………53

Gambar 4.2 Skor Rata-Rata Variabel Kualitas Layanan …………………….…………….55

Gambar 4.3 Skor Rata-Rata Variabel Keputusan Pembelian …………………….………..56

Gambar 4.4 Output uji Hekterokedastisitas…………………. …………………….………57