

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Konseptual Penelitian	17
Gambar 3.1 Rumus Uji Reliabilitas	23
Gambar 3.2 Rumus Uji Validitas	23
Gambar 4.1 Jenis kelamin responden	30
Gambar 4.2 Umur responden (Data olahan, 2023)	30
Gambar 4.3 Pekerjaan responden	31
Gambar 4.4 Penghasilan responden	31
Gambar 4.5 Sudah berapa lama jadi ARMY	32
Gambar 4.6 apakah anda tergabung dalam komunitas	32
Gambar 4. 7 Apakah anda bergabung dalam grup order	33
Gambar 4.8 Distribusi jawaban Variabel Celebrity Worship indikator Hiburan sosial	35
Gambar 4.9 Distribusi jawaban Variabel Celebrity Worship indikator Hiburan sosial	36
Gambar 4.10 Distribusi jawaban Variabel Celebrity Worship indikator perasaan yang intens	37
Gambar 4.11 Distribusi jawaban Variabel Celebrity worship indikator perasaan yang intens	37
Gambar 4.12 Distribusi jawaban Variabel Celebrity worship indikator Borderline pathological tendency	38
Gambar 4.13 Distribusi jawaban Variabel Celebrity Worship indikator	38
Gambar 4.14 Distribusi jawaban Variabel Brand Image indikator dipercaya sebagai merek terkenal	41
Gambar 4.15 Distribusi jawaban Variabel Brand Image indikator menarik minat beli	41
Gambar 4.16 Distribusi jawaban Variabel Brand Image Memiliki varian yang menarik.....	42
Gambar 4.17 Distribusi jawaban Variabel Brand Image Memiliki varian yang menarik.....	43
Gambar 4.18 Distribusi jawaban Variabel Brand Image dengan indikator merek yang berkualitas	43
Gambar 4.19 Distribusi jawaban Variabel Brand Image dengan indikator Harga bersaing	44
Gambar 4.20 Distribusi jawaban Variabel Brand Image dengan indikator Memiliki desain yang unik.....	45
Gambar 4.21 Distribusi jawaban Variabel Impulsive Buying dengan indikator spontanitas	47
Gambar 4.22 Distribusi jawaban Variabel Impulsive Buying dengan indikator Dorongan membeli segera.....	47
Gambar 4.23 Distribusi jawaban Variabel Impulsive Buying dengan indikator Dorongan membeli segera.....	48
Gambar 4.24 Distribusi jawaban Variabel Impulsive Buying dengan indikator Stimulus dan ketidakpedulian akan akibat	49