

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
2.1	Penelitian yang Relevan.....	45
3.1	Operasionalisasi Variabel	58
3.2	Formasi Notasi, Nilai dan Predikat Masing-Masing Pilihan Jawaban	65
3.4	Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung X1, X2 dan X3 Terhadap Y.....	68
4.1	<i>Framing Discount Fashion e-Commerce</i> Shopee Indonesia	73
4.2	<i>Tagline “Gratis Ongkir” Fashion e-Commerce</i> Shopee Indonesia....	75
4.3	Reputasi Merek <i>Fashion e-Commerce</i> Shopee Indonesia	77
4.4	Citra Merek <i>Fashion e-Commerce</i> Shopee Indonesia	79
4.5	Keputusan Pembelian Konsumen <i>Fashion e-Commerce</i> Shopee Indonesia.....	82
4.6	Pengaruh <i>Discount Framing</i> terhadap Keputusan Pembelian	87
4.7	Pengaruh <i>Tagline “Gratis Ongkir”</i> terhadap Keputusan Pembelian..	89
4.8	Pengaruh Reputasi Merek terhadap Keputusan Pembelian	91
4.9	Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian	92
4.10	Pengaruh <i>Framing Discount, Tagline “Gratis Ongkir”,</i> Reputasi Merek dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian	95