

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Logo PT Lemonilo	1
Gambar 1.2 Mi Goreng	2
Gambar 1.3 Mi Instan Kuah Rasa Ayam Bawang.....	2
Gambar 1.4 Mi Rasa Instan Kuah Kari Ayam.....	3
Gambar 1.5 Mi Instan Rasa Pedas Korea	3
Gambar 1.6 Jumlah Konsumsi Mi Instan di Indonesia (2015-2020).....	4
Gambar 1.7 Konten Instagram Lemonilo “#LemoniloxNCTDREAM”	10
Gambar 1.8 Konten Instagram Merek Lain (Indomie)	10
Gambar 1.9 Konten Instagram Merek Lain (Mi Sedaap)	11
Gambar 1.10 Konten Instagram Merek Lain (Sarimi).....	12
Gambar 1.11 Konten Instagram Merek Lain (Supermi).....	12
Gambar 1.12 Iklan Merek Lain (Gaga 100/Mie 100).....	13
Gambar 1.13 Data Berdasarkan Pekerjaan	14
Gambar 1.14 Data Berdasarkan Jumlah Konsumsi dalam Satu Minggu.....	14
Gambar 1.15 Data Insiden Konsumsi Mi Instan Berdasarkan Usia	15
Gambar 2.1 Proses Keputusan Pembelian	31
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran.....	43
Gambar 3.1 Tahapan Penelitian.....	49
Gambar 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	58
Gambar 4.2 Responden Berdasarkan Tahun Kelahiran.....	59

Gambar 4.3 Responden Berdasarkan Sedang Menempuh Pendidikan	60
Gambar 4.4 Responden Berdasarkan Pendapatan Per Bulan	61
Gambar 4.5 Posisi Variabel Harga pada Garis Kontinum	66
Gambar 4.6 Posisi Variabel Konten Sosial Media Instagram pada Garis Kontinum	73
Gambar 4.7 Posisi Variabel Keputusan Pembelian pada Garis Kontinum	77
Gambar 4.8 P-Plot Uji Normalitas	78
Gambar 4.9 Scatterplot Uji Heteroskedastisitas	80