

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1. 1 LOGO BRAND EIGER.....	1
Gambar 1. 2 IKLAN “CAPTURE & WIN GIVEAWAY”.....	2
Gambar 1. 3 SALAH SATU EUPHORIA AUDIENCE DALAM MENGIKUTI EVENT "CAPTURE & WIN GIVEAWAY"	3
Gambar 1. 4 dan 1.5 BEBERAPA EUPHORIA AUDIENCE YANG MENGIKUTI EVENT "CAPTURE & WIN GIVEAWAY" PADA KOLOM KOMENTAR.....	3
Gambar 1. 6 dan 1.7 BEBERAPA EUPHORIA AUDIENCE YANG MENGIKUTI EVENT "CAPTURE & WIN GIVEAWAY" PADA KOLOM KOMENTAR.....	4
Gambar 1. 7 SURAT KEBERATAN DARI PIHAK EIGER.....	7
Gambar 1. 8 dan 1.5 PERNYATAAN DIAN TIDAK AKAN MEMBELI PRODUK EIGER LAGI DAN SALAH SATU TANGGAPAN AUDIENCE PADA PLATFORM TWITTER.....	8
Gambar 1. 9 dan 1.7 BEBERAPA PERNYATAAN AUDIENCE MENGENAI TEGURAN YANG SAMA DARI EIGER.....	9
Gambar 2. 1 KERANGKA PEMIKIRAN	35
Gambar 3. 1 IKLAN CAPTURE & WIN GIVEAWAY DAN PERSYARATANNYA.....	43
Gambar 4. 1 CHART DATA USIA PESERTA EVENT "CAPTURE & WIN GIVEAWAY"	55
Gambar 4. 2 CHART DATA GARIS BESAR USIA PESERTA EVENT "CAPTURE & WIN GIVEAWAY"	55
Gambar 4. 3 LIST DOMISILI PESERTA EVENT "CAPTURE & WIN GIVEAWAY"	56
Gambar 4. 4 CHART DATA GARIS BESAR DOMISILI PESERTA EVENT "CAPTURE & WIN GIVEAWAY"	56

Gambar 4. 5 CHART DATA JENIS KELAMIN PESERTA EVENT "CAPTURE & WIN GIVEAWAY"	57
Gambar 4. 6 CHART DATA PESERTA EVENT "CAPTURE & WIN GIVEAWAY" YANG MENGIKUTI AKUN INSTAGRAM @EIGERADVENTURE.....	57
Gambar 4. 7 CHART DATA PESERTA EVENT "CAPTURE & WIN GIVEAWAY"	58
Gambar 4. 8 GARIS KONTINUM DIMENSI VIDEO	63
Gambar 4. 9 GARIS KONTINUM DIMENSI AUDIO.....	65
Gambar 4. 10 GARIS KONTINUM IKLAN "CAPTURE & WIN GIVEAWAY" (VARIABEL X).....	66
Gambar 4. 11 GARIS KONTINUM DIMENSI KOGNITIF.....	70
Gambar 4. 12 GARIS KONTINUM DIMENSI AFEKTIF	74
Gambar 4. 13 GARIS KONTINUM DIMENSI BEHAVIORAL	77
Gambar 4. 14 GARIS KONTINUM SIKAP KONSUMEN (VARIABEL Y)	78
Gambar 4. 15 HISTOGRAM	80
Gambar 4. 16 GRAFIK UJI NORMALITAS P-PLOT	80