

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Logo Lemonilo	1
Gambar 1.2 Mi Instan Lemonilo	2
Gambar 1.3 Pangsa Pasar Permintaan Mi Instan di Seluruh Dunia (2020)	3
Gambar 1.4 Lemonilo x NCT DREAM	4
Gambar 1.5 20 Negara dengan jumlah fans K-pop terbanyak di Twitter	5
Gambar 1.6 Artis K-pop yang paling sering dibicarakan	6
Gambar 1.7 Tayangan Iklan Lemonilo x NCT DREAM #WujudkanDREAMkamu di Instagram	7
Gambar 1.8 Tayangan Iklan Lemonilo x NCT DREAM #WujudkanDREAMkamu di Youtube	7
Gambar 1.9 <i>Boy Group</i> NCT DREAM	8
Gambar 1.10 Akun Youtube NCT DREAM 4.75M Subscribe	9
Gambar 1.11 Akun Twitter NCT DREAM 7.6M Followers	9
Gambar 1.12 Akun Instagram NCT DREAM 9.5M Followers	9
Gambar 1.13 Akun TikTok NCT DREAM 7.8M Followers	9
Gambar 1.14 Akun Facebook NCT DREAM 1.9M Followers	10
Gambar 1.15 Akun Twitter Fanbase NCT DREAM 211K Followers	10
Gambar 1.16 <i>Reels</i> ‘Renjun, Chenle, Haechan, Jeno’ menari dengan <i>backsound</i> lagu Mendung Tanpo Udan – Denny Caknan	12
Gambar 1.17 Cuplikan <i>Reels</i> ‘Mark, Jaemin, Jisung’ menari dengan <i>backsound</i> lagu Mendung Tanpo Udan – Denny Caknan	12
Gambar 1.18 Cuplikan <i>Behind the Scene</i> pembuatan Iklan Lemonilo	12
Gambar 1.19 Konten NCT DREAM membuat batik di Indonesia	13
Gambar 1.20 Konten NCT DREAM belajar Bahasa Indonesia	13
Gambar 1.21 <i>Photocard</i> Lemonilo x NCT DREAM	14
Gambar 1.22 <i>Package Special</i> edisi Lemonilo x NCT DREAM	14
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	33
Gambar 3.1 Garis Kontinum	45
Gambar 4.1 Data Responden berdasarkan Jenis Kelamin	49
Gambar 4.2 Data Responden berdasarkan <i>followers</i> media sosial Twitter	49
Gambar 4.3 Data Responden berdasarkan mengkonsumsi mi instan sehat	50
Gambar 4.4 Data Responden berdasarkan usia	50

Gambar 4.5 Data berdasarkan pengetahuan responden mengenai NCT DREAM sebagai <i>brand ambassador</i> Lemonilo	51
Gambar 4.6 Garis kontinum <i>visibility</i>	52
Gambar 4.7 Garis kontinum <i>credibility</i>	53
Gambar 4.8 Garis kontinum <i>attraction</i>	55
Gambar 4.9 Garis Kontinum <i>Power</i>	56
Gambar 4.10 Garis kontinum variabel independen (X) <i>Brand Ambassador</i>	57
Gambar 4.11 Garis kontinum <i>behavior measures</i>	59
Gambar 4.12 Garis kontinum <i>measuring cost switch</i>	60
Gambar 4.13 Garis kontinum <i>measuring satisfaction</i>	61
Gambar 4.14 Garis kontinum <i>measuring liking brand</i>	63
Gambar 4.15 Garis kontinum <i>measuring commitment</i>	64
Gambar 4.16 Garis kontinum variabel dependen (Y) <i>Brand Loyalty</i>	65
Gambar 4.17 Uji Normalitas Histogram	66
Gambar 4.18 Grafik Normal Probability Plot.....	66