

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Logo Lemonilo.....	1
Gambar 1. 2 NCT Dream.....	2
Gambar 1. 3 Jumlah Konsumsi Mie Instan Global.....	3
Gambar 1. 4 Jumlah Konsumsi Mi Instan di Indonesia.....	4
Gambar 1. 5 Frekuensi Konsumsi Mi Instan di Indonesia (2020).....	5
Gambar 1. 6 Pendapatan Penjualan Sejumlah Merek Mi Instan di E-Commerce Indonesia (Januari-Agustus 2022)	9
Gambar 1. 7 Top 10 Makanan dan Minuman Paling Diingat.....	10
Gambar 1. 8 Merek Mi Instan yang Paling Banyak Dikonsumsi Masyarakat Indonesia 2022.....	11
Gambar 2. 1 <i>Theory of Planned Behaviour</i>	19
Gambar 2. 2 Kerangka Pemikiran.....	36
Gambar 3. 1 Tahapan Penelitian	47
Gambar 3. 2 Garis Kontinum Persentase	56
Gambar 3. 3 Model Penelitian	58
Gambar 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	66
Gambar 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	67
Gambar 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	68
Gambar 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	69
Gambar 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Bulanan	70
Gambar 4. 6 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	71
Gambar 4. 7 Garis Kontinum Endorser Credibility	73
Gambar 4. 8 Garis Kontinum Brand Credibility.....	74
Gambar 4. 9 Garis Kontinum Attitude Towards Brand Credibility.....	76
Gambar 4. 10 Garis Kontinum Variabel Attitude Towards the Brand	77
Gambar 4. 11 Garis Kontinum Purchase Intention.....	78
Gambar 4. 12 Hasil Analisis R-Square.....	86

Gambar 4. 13 Struktural Model (Blindfolding) 89
Gambar 4. 14 Importance and Performance Matrix Analysis (IPMA)..... 97