

## 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