

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR	xiii
ABSTRAK	xv
ABSTRACT.....	xvi
BAB I. PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	6
1.3.1 Tujuan Penelitian.....	6
1.3.2 Manfaat Penelitian.....	7
1.4 Kerangka Teori dan Pemikiran.....	7
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA.....	17
2.1 Komunitas <i>Online</i>	17
2.2 Persepsi	21
2.3 Merek	23
2.4 Media Sosial	25
2.4.1 Pengertian Media Sosial	25
2.4.2 Sejarah Media Sosial.....	26

4.4.3 Persepsi Anggota Komunitas CHI Yogyakarta pada Merek Converse Palsu (KW)	73
4.4.4 Persepsi Komunitas CHI Yogyakarta pada 6 Tingkatan Merek..	76
4.5 Pembahasan	86
4.4.1 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Persepsi.....	87
4.4.2 Persepsi Anggota Komunitas CHI region Yogyakarta pada merek Converse Palsu kaitannya dengan Ekuitas Merek	88
4.4.2 Persepsi Komunitas CHI Yogyakarta pada 6 Tingkatan Merek..	91
BAB V. PENUTUP	97
5.1 Kesimpulan	97
5.2 Saran	99

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN