

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN MOTTO	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR SINGKATAN	x
ABSTRAK	xi
<i>ABSTRACT</i>	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah	8
1.3. Tujuan Penelitian	8
1.4. Manfaat Penelitian	8
1.5. Kerangka Teori dan Pemikiran	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	21
2.1. Komunikasi Pemasaran	21
2.2. Strategi Komunikasi Pemasaran	24
2.3. Pemasaran Online	26
2.4. Kepercayaan	27
2.5. Model Proses Komunikasi	33
2.6. <i>Endorsement</i>	35
2.7. Internet Sebagai Media Baru	38
2.8. Media Sosial <i>Instagram</i>	41
2.9. Penelitian Terdahulu	45

BAB III METODE PENELITIAN	47
3.1. Jenis Penelitian	47
3.2. Objek Penelitian	48
3.3. Jenis Data.....	49
3.4. Teknik Pengumpulan Data	50
3.5. Analisis Data	53
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	56
4.1. Gambaran Umum <i>Kenyos Gallery</i>	56
4.2. Hasil Penelitian.....	62
4.2.1. Strategi <i>Kenyos Gallery</i> Dalam Membentuk Kepercayaan Konsumen Melalui <i>Endorsement</i> di <i>Instagram</i>	62
4.2.2. Faktor Pendukung Dan Penghambat Bagi <i>Kenyos Gallery</i> Dalam Membentuk Kepercayaan Konsumen Melalui <i>Endorsement</i> di <i>Instagram</i>	80
4.3. Pembahasan	83
BAB V PENUTUP	90
5.1. Kesimpulan.....	90
5.2. Saran	91

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN