

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iiiv
HALAMAN MOTTO.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
ABSTRAK.....	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	9
1.3. Tujuan Penelitian.....	9
1.4. Manfaat Penelitian.....	10
1.4.1. Manfaat Teoritis.....	10
1.4.2. Manfaat Praktis	10
1.5. Kerangka Teori.....	11
1.5.1. Teori Perbedaan Individu.....	11
1.5.2. Brand Image.....	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	15
2.1. Kosmetika bagi Perempuan.....	15
2.2. Pentingnya Media Sosial.....	18
2.3. Brand Image	22
2.3.1. Pengertian <i>Brand Image</i>	22
2.3.2. Aspek Dalam Brand Image.....	23
2.3.3. Faktor-Faktor Terbentuknya <i>Brand Image</i>	25
2.3.4. Komponen Pembentuk Brand Image	27
2.4. Persepsi	28
2.4.1. Proses Terjadinya Persepsi	29

2.4.2. Macam-macam Persepsi	30
2.5. Penelitian Terdahulu	30
BAB III METODE PENELITIAN	34
3.1. Jenis Penelitian.....	34
3.2. Objek Penelitian	34
3.3. Subjek Penelitian.....	35
3.4. Lokasi Penelitian	35
3.5. Sumber Data.....	35
3.5.1. Sumber Data Primer.....	35
3.5.2. Sumber Data Sekunder	36
3.6. Teknik Pengumpulan Data	36
3.7. Teknik Analisis Data.....	37
3.8. Teknik Keabsahan Data	39
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	41
4.1. Deskripsi Objek Penelitian.....	41
4.1.1. Deskripsi Akun Instagram @avoskinbeauty.....	41
4.1.2. Tampilan Akun Instagram @avoskinbeauty.....	42
4.2. Hasil Penelitian	47
4.2.1. Persepsi Followers Terhadap <i>Attribute</i> Avoskin	48
4.2.1.1. Kemasan, Logo, dan Font	48
4.2.1.2. Ingredients dan Harga.....	52
4.2.2. Persepsi Followers Terhadap <i>Benefits</i>	57
4.2.3. Persepsi Followers Terhadap <i>Attitudes</i>	59
4.2.3.1. Mutu Pelayanan Avoskin Beauty	59
4.2.3.2. Kesan Terhadap Produk.....	61
4.2.4. Avoskin Sebagai Produk <i>Skincare</i> dengan Konsep <i>Green Beauty</i>	63
4.3. Pembahasan.....	66
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	75
5.1. Kesimpulan	75
5.2. Saran.....	77
DAFTAR PUSTAKA	77
LAMPIRAN	80

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Jenis Produk Yang Paling Banyak Dibeli	2
Gambar 1. 2 Brand <i>Skincare</i> Lokal Terlaris	3
Gambar 1. 3 Grafik Pengguna Media Sosial yang Paling Sering Digunakan di Indonesia	5
Gambar 1. 4 Profil Instagram @Avoskinbeauty	6
Gambar 1. 5 Konten Instagram @Avoskinbeauty	7
Gambar 2. 1 Proses Terjadinya Persepsi.....	29
Gambar 4. 1 Tampilan Akun Instagram @avoskinbeauty Pada Layar <i>Handphone</i>	43

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Interview Guide	81
Lampiran 2 Data Informan.....	84