

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
HALAMAN MOTTO.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xiv
ABSTRAK	xv
ABSTRACT	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan.....	9
1.4 Manfaat.....	9
1.5 Kerangka Teori.....	9
1.6 Hipotesis.....	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	14
2.1 Komunikasi Pemasaran	14
2.2 Pemasaran Digital.....	16
2.3 <i>Brand Image</i>	18
2.4 Media Baru	20
2.5 Media Sosial.....	21
2.6 K-pop.....	41
2.7 Penelitian Terdahulu.....	44
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	46
3.1 Jenis Penelitian	46
3.2 Variabel yang akan diteliti.....	47

3.2.1	Definisi Konseptual.....	47
3.2.2	Definisi Operasional.....	48
3.2.3	Unit Analisis.....	49
3.2.4	Populasi dan Sampel	49
3.2.5	Sumber dan Jenis Data Penelitian	50
3.2.6	Teknik Pengumpulan Data.....	50
3.2.7	Uji Validitas	52
3.2.8	Uji Reliabilitas	56
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		60
4.1.	Obyek Penelitan.....	60
4.2	Analisis Data	61
4.3	Pembahasan	96
BAB V PENUTUP.....		102
5.1	Kesimpulan.....	102
5.2	Saran.....	103