

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iii
ABSTRAK	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	vii
KATA PENGANTAR	viii
UCAPAN TERIMAKASIH	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah	7
1.3 Pembatasan Masalah	7
1.4 Rumusan Masalah	8
1.5 Tujuan Penelitian.....	8
1.6 Manfaat Penelitian.....	8
BAB II	9
TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA KONSEP	9
2.1 Tinjauan Pustaka	9
2.1.1 Komunikasi Pemasaran.....	12
2.1.2 Periklanan	9

2.1.3 Citra	21
2.1.4 Proses Pembentukan Citra	21
2.1.5 Citra Merek (<i>Brand image</i>).....	22
2.1.6 Dimensi Citra Merek	23
2.1.7 Instagram	23
2.2 Peneliti Terdahulu	28
2.3 Hipotesis.....	30
2.4 Kerangka Konsep	30
BAB III.....	32
METODOLOGI PENELITIAN	32
3.1 Tempat dan Waktu Penelitian	32
3.2 Pendekatan Penelitian.....	32
3.3 Metode Penelitian.....	32
3.4 Variabel dan Operasional Variabel	32
3.5 Populasi dan Sampel (Teknik Sampling)	34
3.6 Pengukuran dan Pengamatan Variabel Penelitian.....	36
3.7 Teknik Pengumpulan Data	37
3.8 Teknik Analisis Data	37
3.9 Uji validitas dan Reliabilitas	37
BAB IV	41
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	41
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	41
4.1.1 Aqua.....	41
4.2 Deskripsi Hasil Penelitian	43
BAB V.....	69
PENUTUP.....	69
5.1 Kesimpulan.....	69
5.1 Saran	70

DAFTAR PUSTAKA	72
LAMPIRAN.....	75