

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING SKRIPSI.....	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRACT	v
ABSTRAK	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah.....	11
1.3 Tujuan Penelitian	11
1.4 Manfaat Penelitian.....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	13
2.1 Penelitian Terdahulu.....	13
2.2 Teori dan Konsep	15
2.2.1. Komunikasi Pemasaran	15
2.2.2. Proses Komunikasi Pemasaran	16
2.2.3. Elemen-elemen Komunikasi Pemasaran	18
2.3 Komunikasi Pemasaran Dalam Media Digital.....	22
2.3.1. Pengertian Digital Marketing	22
2.3.2. Saluran Digital Marketing	23
2.4 <i>Social Media Marketing</i>	27
2.4.1. Pengertian <i>Social Media Marketing</i>	27
2.4.2. Proses <i>Social Media Marketing</i>	28
2.4.3. Aplikasi <i>Tik Tok</i>	31
2.4.4. <i>Influencer</i>	32
2.5 <i>Visual Rethorics Theory</i>	33
2.5.1. Elemen-elemen Visual Dalam Produksi Video.....	35
2.6 Perilaku Konsumen	36
2.6.1. Pengertian Perilaku Konsumen.....	36
2.6.2. Sifat-sifat Perilaku Konsumen	37
2.7 Minat Pembelian.....	39
2.7.1. Pengertian Minat Pembelian	39
2.7.2. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Minat Pembelian	39
2.7.3. Model Proses Pembuatan Keputusan Pembelian	43
2.8 <i>The Facet of Effect Model</i>	44
2.9 Kerangka Pemikiran	47
BAB III. METODE PENELITIAN	49
3.1 Pendekatan Penelitian.....	49
3.2 Metode Penelitian.....	50
3.3 Populasi dan Sampel.....	51

3.4 Teknik Pengumpulan Data	53
3.5 Metode Pengujian Data	53
3.6 Metode Analisis Data.....	57
3.7 Keterbatasan Penelitian	61
BAB IV HASIL DAN ANALISIS PENELITIAN.....	63
4.1 Gambaran Umum Video <i>Review Skincare</i>	63
4.2 Hasil dan Analisis Penelitian	70
BAB V PENUTUP.....	103
5.1 Kesimpulan	103
5.2 Saran	104
DAFTAR PUSTAKA	106
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	111
LAMPIRAN-LAMPIRAN	111