

## DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN.....	i
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
ABSTRAK.....	v
ABSTRACT.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
1.5 Waktu dan Lokasi Penelitian.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1 Rangkuman Teori.....	8
2.1.1 Komunikasi.....	8
2.1.2 Komunikasi Pemasaran.....	8
2.1.3 Iklan.....	9
2.1.4 Media Sosial.....	16
2.1.5 <i>Instagram</i> .....	19
2.1.6 Herbalife.....	20
2.2 Penelitian Terdahulu.....	21
2.3 Kerangka Pemikiran.....	32
2.4 Hipotesis Penelitian.....	33
2.5 Ruang Lingkup Penelitian.....	33
BAB III METODE PENELITIAN.....	34
3.1 Jenis Kelamin.....	34
3.2 Oprasional Variabel dan Skala Pengukuran.....	34
3.2.1 Variabel Penelitian.....	34
3.2.2 Skala Pengukuran.....	36
3.3 Populasi dan Sampel.....	37
3.3.1 Populasi.....	37
3.3.2 Sampel.....	37
3.4 Teknik Sampling.....	39
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	39

3.6 Instrumen Penelitian .....	40
3.7 Uji Validitas dan Realibilitas Data.....	40
3.7.1 Uji Validitas .....	41
3.7.2 Uji Reabilitas .....	42
3.8 Teknik Analisis Data.....	43
3.8.1 Analisis Deskriptif .....	44
3.8.2 Analisis Faktor .....	46
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>50</b>
4.1 Karakteristik Responden.....	50
4.2 Hasil Penelitian .....	50
4.2.1 Analisis Deskriptif .....	50
4.2.2 Hasil Penelitian Faktor.....	52
4.2.3 Anti Image Matrices.....	53
4.2.4 Communalities .....	55
4.2.5 Total Variance Explained.....	58
4.2.6 Scree Plot .....	59
4.2.7 Component Matrix .....	59
4.2.8 Rotated Component Matrix.....	61
4.2.9 Penamaan Faktor (Labelling).....	61
4.3 Pembahasan Hasil Penelitian Analisis Faktor.....	66
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>67</b>
5.1 Kesimpulan .....	67
5.1 Saran .....	67
5.1.1 Saran Teoritis .....	67
5.1.2 Saran Praktis .....	68
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>69</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>74</b>