

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN.....	ii
SURAT PERNYATAAN.....	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
RINGKESAN.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Pernyataan Masalah.....	9
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	9
1.3.1 Tujuan Penelitian	9
1.3.2 Kegunaan Penelitian	9
1.3.2.1 Kegunaan Teoritis.....	10
1.3.2.2 Kegunaan Praktis	10
BAB II.....	11
KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN	11
2.1 Kajian Literatur	11
2.1.1 Review Penelitian Sejenis.....	11
2.2 Kerangka Konseptual	17
2.2.1 Komunikasi.....	17
2.2.1.1 Proses Komunikasi	19
2.2.1.2 Unsur-Unsur Komunikasi	22
2.2.1.3 Tujuan Komunikasi.....	24
2.2.1.4 Bentuk Komunikasi	25
2.2.1.5 Gangguan Komunikasi	27
2.2.2 Komunikasi Pemasaran.....	28

2.2.2.1 Proses Komunikasi Pemasaran	29
2.2.2.2 Tujuan Komunikasi Pemasaran	31
2.2.2.3 Bentuk Komunikasi Pemasaran	32
2.2.2.4 Strategi Komunikasi Pemasaran	32
2.2.3 Kosmetik	33
2.2.3.1 Tujuan Penggunaan Kosmetik	35
2.2.3.2 Penggolongan Kosmetik	37
2.2.4 Eksistensi	39
2.2.5 Loyalitas Konsumen	40
2.2.5.1 Tahap – Tahap Loyalitas Konsumen	40
2.2.5.2 Ciri – Ciri Loyalitas Konsumen	42
2.2.6 Perilaku Konsumen	42
2.2.6.1 Pentingnya Perilaku Konsumen	44
2.3 Kerangka Teoritis	45
2.3.1 Teori Kebutuhan Manusia Maslow	45
2.4 Kerangka Pemikiran	49
2.4.1 Teori Fenomenologi Alfred Schutz	49
BAB III	55
SUBJEK, OBJEK DAN METODOLOGI	55
3.1 Subjek Penelitian	55
3.1.1 Profil Informan	56
3.2 Objek Penelitian	59
3.2.1 Profil Jafra Cosmetics	59
3.3 Metodologi Penelitian	64
3.3.1 Desain/Paradigma Penelitian	65
3.3.2 Prosedur Pengumpulan Data	66
3.3.3 Rancangan Analisis Data	68
3.3.4 Kredibilitas dan Tingkat Kepercayaan Hasil Penelitian	69
3.3.5 Membuka Akses dan Menjalin Hubungan dengn Subjek Penelitian....	71
3.1.5 Lokasi Penelitian	72
3.3.6 Jadwal Penelitian	73
BAB IV	74

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	74
4.1 Hasil Penelitian.....	74
4.1.1 Motif Masyarakat Menggunakan Produk JAFRA <i>Cosmetics</i>	75
4.1.2 Penggunaan Produk JAFRA <i>Cosmetics</i> dilihat dari Tindakan	83
4.1.3 Masyarakat Memaknai Produk JAFRA <i>Cosmetics</i>	94
4.2 Pembahasan Hasil Penelitian.....	100
4.2.1 Analisis Motiif Eksistensi Pengguna Produk JAFRA <i>Cosmetics</i>	101
4.2.2 Analisa Tindakan Eksistensi Pengguna Produk JAFRA <i>Cosmetics</i> ...	103
4.2.3 Analisis Makna Eksistensi Pengguna Produk JAFRA <i>Cosmetics</i>	105
BAB V.....	107
KESIMPULAN DAN SARAN.....	107
5.1 Kesimpulan.....	107
5.2 Saran	109
DAFTAR PUSTAKA	111
LAMPIRAN.....	113

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 1 Profile Instagram JAFRA Indonesia	4
Gambar 2. 1 Proses Komunikasi.....	22
Gambar 2 2 Model Komunikasi Pemasaran Sutisna.....	30
Gambar 2 3 Hierarki Kebutuhan Maslow	48
Gambar 2 4 Bagan Kerangka Pemikiran.....	54
Gambar 3 1 Logo JAFRA Cosmetics	59
Gambar 3 2 Analisis Data Model Miles and Huberman	68

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Review Peneletian Sejenis	13
Tabel 3 1 Data Profil Informan Penelitian	58
Tabel 3 2 Jadwal Penelitian.....	73
Tabel 4.1 Tabulasi Motif Penggunaan Produk JAFRA Cosmetics.....	80
Tabel 4.2 Tabulasi Tindakan Penggunaan Produk JAFRA Cosmetics.....	90
Tabel 4.3 Tabulasi Makna Penggunaan Produk JAFRA <i>Cosmetics</i>	98

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Pedoman Wawancara untuk Managing Director JAFRA <i>Cosmetics</i> Indonesia (Informan Ahli).....	113
Lampiran 2 Pedoman Wawancara untuk para Pengguna (Informan Inti).....	114
Lampiran 3 Pedoman Wawancara untuk Akademisi	115
Lampiran 4 Riwayat Hidup	116
Lampiran 5 Dokumentasi Wawancara dengan Informan.....	118