

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN MUNAQOSYAH	
HALAMAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
ABSTRAK	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang.....	1
B. Fokus Penelitian	7
C. Rumusan Masalah.....	7
D. Tujuan Penelitian.....	8
E. Manfaat Penelitian.....	8
F. Sistematika Penulisan	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA	
A. Deskripsi Pustaka.....	10
1. Konsep Mengenai Brand/ Merek.....	10
2. Personal Branding	12
3. Komunikasi Pemasaran	17
4. Facebook Marketing	27
B. Hasil Penelitian Yang Relevan	31
C. Kerangka Berfikir	35
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Jenis dan Pendekatan	37
B. Setting Penelitian	39
C. Subyek Penelitian	39
D. Sumber Data	39
E. Teknik Pengumpulan Data	40
F. Pengujian Keabsahan Data	44
G. Teknik Analisis Data	46
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN	
 PEMBAHASAN	
A. Profil Oriflame.....	50

1.	Sejarah Oriflame	50
2.	Jenis-Jenis Produk Oriflame	50
B.	Deskripsi Data Penelitian	55
1.	Analisis Personal Branding Consultant Oriflame	55
2.	Komunikasi Pemasaran Consultant Oriflame	59
3.	Personal Branding dan Komunikasi Pemasaran Melalui Facebook Marketing	66
C.	Analisis Data Penelitian	
1.	Analisis Data Tentang Personal Branding Consultant Oriflame di Kudus	72
2.	Analisis Komunikasi Pemasaran Consultant Oriflame di Kudus	73
3.	Analisis Facebook Marketing Consultant Oriflame di Kudus	74
BAB V	PENUTUP	
A.	Simpulan	76
B.	Saran	77
DAFTAR PUSTAKA		
LAMPIRAN-LAMPIRAN		
DAFTAR RIWAYAT PENDIDIKAN		