

DAFTAR ISI

COVER	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI.....	ii
PENGESAHAN MUNAQOSYAH	iii
PERSETUJUAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
ABSTRAK.....	v
MOTTO.....	vi
PERSEMBAHAN.....	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	xi
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Fokus Penelitian	5
C. Rumusan Masalah.....	5
D. Tujuan Penelitian	5
E. Manfaat Penelitian	5
F. Sistematika Penulisan	6
BAB II KAJIAN PUSTAKA	
A. Kajian Teori Terkait Judul.....	8
1. Iklan.....	8
2. Daya Tarik Iklan.....	13
3. Bintang Iklan (Celeb Endorser).....	18
4. Instagram	22
B. Penelitian Terdahulu.....	23
C. Kerangka Berfikir	27
D. Pertanyaan Penelitian	28
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian	29
B. Setting Penelitian	30
C. Subyek Penelitian	30
D. Sumber Data	30
E. Teknik Pengumpulan Data	32
F. Pengujian Keabsahan Data	33
G. Teknik Analisis Data	35
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	37
B. Deskripsi Data Penelitian	38
1. Kredibilitas Seleb Endorser Terhadap Daya Tarik Iklan.....	38

2. Peran Seleb Endorser Dalam Memasarkan Produk Dalam Perspektif Islam.....	43
C. Analisis.....	45
1. Analisis Kredibilitas Seleb Endorser Terhadap Daya Tarik Iklan.....	45
2. Analisis Peran Seleb Endorser Dalam Memasarkan Produk Dalam Perspektif Islam.....	49
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan.....	61
B. Saran.....	61
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

