DAFTAR ISI

ABSTRACT ..... **i**
ABSTRAK ..... **ii**
PERNYATAAN ..... **iii**
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TESIS ..... **iv**
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG ..... **v**
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TESIS ..... **vi**
LEMBAR PENGESAHAN TESIS ..... **vii**
KATA PENGANTAR ..... **viii**
DAFTAR ISI ..... **ix**
DAFTAR TABEL ..... **xi**
DAFTAR GAMBAR ..... **xii**
DAFTAR LAMPIRAN ..... **xiii**
BAB I **1**
PENDAHULUAN **1**
1.1 Latar Berlakang Masalah 1
1.3 Tujuan Penelitian 14
1.4 Manfaat Penelitian 14
1.4.1 Manfaat Teoritis 14
1.4.2 Manfaat Praktis 14

BAB II **15**
TINJAUAN PUSTAKA **15**
2.1 Penelitian Terdahulu 15
2.2 Kajian Teori 36
2.2.1 Komunikasi Antarpribadi 36
2.2.2 Komunikasi Pemasaran 42
2.2.3 Personal Selling 43
2.2.4 Gender dan Femininitas 47
2.2.5 Teori Intraksional Simbolik 55
2.2.6 Teori Impression Management 60
2.3 Kerangka Pemikiran 66

BAB III **69**
METODOLOGI PENELITIAN **69**
3.1 Objek Penelitian 69
3.2 Paradigma Penelitian 69
3.3 Metode Penelitian 70
3.4 Informan Utama dan Informan Pendukung 70
3.5 Jenis dan Sumber Data 71
3.6 Teknik Pengumpulan Data 71
3.7 Teknik Analisis Data 72
3.8 Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data 74

UNIVERSITAS MERCU BUANA

http://digilib.mercubuana.ac.id/

BAB IV **78**
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN **78**
4.1 Deskripsi Penelitian 78
4.1.1. Deskripsi Lokasi 78
4.1.2 Deskprisi Waktu 78
4.1.3. Deskripsi Objek Penelitian 79
4.1.3.1 Informan Utama 79
4.2 Hasil Penelitian 85
4.2.1 Profesi dan Perilaku Femimin 85
4.2.2 Dasar Perilaku Feminim Seorang Make Up Artist Pria 88
4.2.3 *Impresion Management* dan Implementasi Feminim *Make up artist* Pria 90
4.2.4 Perilaku Feminin dan Kompetensi Seorang *Make up artist* Pria 93
4.2.5 Perilaku Feminim dan Pesonal Selling 94
4.3 Pembahasan 95

BAB V **109**
PENUTUP **109**
5.1 Kesimpulan 109
5.2 Saran 110

DAFTAR PUSTAKA **112**
LAMPIRAN **115**

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

http://digilib.mercubuana.ac.id/