

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Akun Instagram @Marthabeauty.bar dan jumlah followers pada akun Instagram @Marthabeauty.bar.....	2
Gambar 1. 2 Konten Promosi, Edukasi, interaksi, serta hiburan @Marthabeauty.bar	4
Gambar 1. 3 Perbandingan media sosial Instagram @Marthabeauty.bar dan @Alolanailbar.pusat.....	5
Gambar 1. 4 Perbandingan penilaian antara @Marthabeauty.bar dan @Alolanailbar.pusat	6
Gambar 1. 5 Data Pengguna Instagram (Perempuan) di Indonesia tahun 2024	10
Gambar 1. 6 Peta Lokasi Marthabeauty bar Cicadas Kota Bandung.....	14
Gambar 4.1 1 Konten informasi dan pengetahuan terkait merek	56
Gambar 4.1 2 Ikatan emosional serta rasa suka terkait merek.....	60
Gambar 4.1 3 Niat atau perilaku berulang terkait merek.....	64
Gambar 4.1 4 Tindakan serta aksi konsumen terkait merek	68
Gambar 4.2 1 Model Relevansi Pengetahuan Serta Informasi Terkait Merek.....	71
Gambar 4.2 2 Model Relevansi Ikatan Emosional Serta Rasa Suka Pelanggan.....	72
Gambar 4.2 3 Model Relevansi Niat Atau Perilaku Berulang Terkait Merek	73
Gambar 4.2 4 Model Relevansi Tindakan Serta Aksi Terkait Merek	75
Gambar 4.3 Model Relevansi Pengelolaan Media sosial @Marthabeauty.bar Dengan Four Phase Loyalty Model	77