

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK .....</b>	<b>i</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>ii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR BAGAN.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xv</b>
<b>BAB I      PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan dan Identifikasi Masalah.....	9
1.2.1 Rumusan Masalah.....	10
1.2.2 Identifikasi Masalah.....	10
1.3 Tujuan Penelitian .....	11
1.4 Kegunaan Penelitian .....	11
1.4.1 Secara Teoritis .....	11
1.4.2 Secara Praktis.....	12
1.5 Ruang Lingkup Penelitian dan Pengertian Istilah .....	12
1.5.1 Ruang Lingkup Penelitian.....	12
1.5.2 Pengertian Istilah .....	12
<b>BAB II      TINJAUAN TEORITIS.....</b>	<b>13</b>
2.1 Review Hasil Penelitian Sejenis .....	13
2.2 Kerangka Pemikiran dan Hipotesis .....	17
2.2.1 Kerangka Pemikiran.....	17
2.2.2 Teori Determinisme Teknologi.....	18
2.2.3 Marketing Politik .....	21
2.2.4 Brand, Branding, Personal Branding .....	22
2.2.5 Media Sosial.....	28
2.2.6 Keputusan Memilih.....	29
2.2.6.1 Rasional .....	32
2.2.6.2 Non-Rasional .....	33
2.3 Hipotesis Penelitian .....	35
2.3.1 Hipotesis Mayor.....	35
2.3.2 Hipotesis Minor .....	36
<b>BAB III      METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>37</b>
3.1 Metodologi Penelitian.....	37

3.1.2	Populasi dan Sampel .....	37
3.1.2.1	Populasi.....	38
3.1.2.2	Sampel .....	38
3.1.3	Teknik Pengumpulan Data.....	40
3.1.4	Operasionalisasi Variabel .....	41
3.1.5	Teknik Analisis Data.....	42
3.1.6	Uji Validitas dan Reliabilitas .....	47
3.1.6.1	Uji Validitas.....	47
3.1.6.2	Uji Reliabilitas .....	49
3.1.7	Keterbatasan dan Kelemahan Penelitian.....	50
3.1.7.1	Keterbatasan.....	50
3.1.7.2	Kelemahan .....	50
3.2	Gambaran Umum Objek/Wilayah Penelitian .....	51
<b>BAB IV</b>	<b>ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>56</b>
4.1	Analisis Deskriptif Data Responden.....	56
4.2	Analisis Kuesioner Data Penelitian .....	60
4.2.1	Uji Validitas .....	61
4.2.2	Uji Reliabilitas .....	62
4.3	Analisis Deskriptif Data Penelitian .....	63
4.3.1	Variabel Personal Branding (X).....	67
4.3.1.1	Kekhasan (X1).....	65
4.3.1.2	Relevansi (X2).....	77
4.3.1.3	Konsistensi (X3) .....	82
4.3.2	Variabel Keputusan Memilih (Y) .....	93
4.4	Analisis Inferensial Data Penelitian.....	124
4.4.1	Analisis Inferensial antara Personal Branding (X) dengan Keputusan Memilih (Y).....	107
4.4.2	Analisis Inferensial antara Kekhasan (X1) dengan Keputusan Memilih (Y).....	110
4.4.3	Analisis Inferensial antara Relevansi (X2) dengan Keputusan Memilih (Y) .....	112
4.4.4	Analisis Inferensial antara Konsistensi (X3) dengan Keputusan Memilih (Y) .....	113
4.5	Pembahasan .....	138
4.5.1	Hubungan antara Personal Branding (X) dengan Keputusan Memilih (Y).....	114
4.5.2	Hubungan antara Kekhasan (X1) dengan Keputusan Memilih (Y).....	115
4.5.3	Hubungan antara Relevansi (X2) dengan Keputusan Memilih (Y) .....	116
4.5.4	Hubungan antara Konsistensi (X3) dengan Keputusan Memilih (Y) .....	118

<b>BAB V</b>	<b>PENUTUP</b> .....	<b>120</b>
5.1	Simpulan .....	121
5.2	Saran atau Rekomendasi.....	122
5.2.1	Saran Pengembangan Teoritis.....	122
5.2.2	Saran Pengembangan Praktis.....	122
	<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	<b>155</b>
	<b>LAMPIRAN</b> .....	<b>158</b>

