

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PERSETUJUAN .....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>iv</b>
<b>PERSEMBAHAN.....</b>	<b>v</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP .....</b>	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>viii</b>
<b>UCAPAN TERIMA KASIH .....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xvi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah .....	10
C. Pembatasan Masalah .....	11
D. Rumusan Masalah .....	11
E. Tujuan Penelitian .....	11
F. Manfaat Penelitian .....	12
1. Manfaat Akademis .....	12
2. Manfaat Praktis.....	12
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA,PENELITIAN TERDAHULU, DAN KERANGKA KONSEP.....</b>	<b>13</b>
A. Tinjauan Pustaka .....	13
1. Komunikasi Pemasaran .....	13
2. <i>New Media</i> .....	14
3. Media Sosial .....	16
4. Instagram .....	20
5. <i>Personal Branding</i> .....	24

6. Dimensi <i>Personal Branding</i> .....	26
7. Keputusan Pembelian .....	27
8. Proses Keputusan Pembelian.....	29
B. Penelitian Terdahulu .....	31
C. Hipotesis.....	35
D. Kerangka Konsep .....	36
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>37</b>
A. Tempat dan Waktu Penelitian .....	37
1. Tempat Penelitian.....	37
2. Waktu Penelitian .....	37
B. Pendekatan Penelitian .....	37
C. Metode Penelitian.....	38
D. Variabel dan Definisi Operasional Variabel.....	38
1. Definisi Variabel Penelitian .....	38
2. Definisi Operasionalisasi.....	39
E. Populasi dan Sampel.....	41
1. Populasi .....	41
2. Sampel .....	41
F. Pengukuran dan Pengamatan Variabel Penelitian.....	43
G. Teknik Pengumpulan Data .....	43
1. Data Primer.....	44
2. Data Sekunder .....	44
H. Teknik Analisis Data.....	44
1. Analisis Regresi Linear Sederhana.....	45
I. Uji Hipotesis .....	46
J. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	46
1. Uji Validitas .....	46
2. Uji Reliabilitas.....	47
3. Hasil Uji Validitas .....	49
4. Hasil Uji Reliabilitas .....	50
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>52</b>

A. Gambaran Umum Objek Penelitian .....	52
1. Sejarah Singkat Donuthing.....	52
2. Akun Instagram Donuthing .....	53
3. Profil Baim Wong .....	54
B. Analisis Data Penelitian .....	55
1. Data Diri Responden .....	55
2. Data Variabel X <i>Personal Branding</i> Baim Wong.....	56
3. Data Variabel Y Keputusan Pembelian.....	63
4. Rekapitulasi Variabel X dan Y .....	70
C. Uji Regresi Linear Sederhana .....	72
D. Uji Hipotesis .....	74
E. Pembahasan Hasil Penelitian .....	75
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>83</b>
A. Kesimpulan .....	84
B. Saran.....	84
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>85</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>87</b>