

## DAFTAR ISI

<b>MOTTO</b> .....	i
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....	ii
<b>TANDA PENGESAHAN</b> .....	iii
<b>PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI</b> .....	vi
<b>RINGKASAN</b> .....	v
<b>SUMMARY</b> .....	vi
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	vii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	viii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xi
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xii
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xiii

### **BAB I Pendahuluan**

A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	6
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Manfaat Penelitian.....	7
E. Sistematika Penulisan.....	8

### **BAB II Tinjauan Pustaka**

A. Landasan Teori.....	10
1. Pemasaran Politik .....	10
2. Keputusan Pemilih.....	12
3. Indikator Keputusan Pemilih .....	16
4. <i>Personal Branding</i> .....	16
a. Indikator <i>Personal Branding</i> .....	17
b. Manfaat <i>Personal Branding</i> .....	20

5.	Kepercayaan .....	20
6.	Kharisma Pemimpin .....	22
7.	Media Sosial Instagram .....	24
B.	Penelitian Terdahulu .....	26
C.	Kerangka Pemikiran .....	27
D.	Hipotesis.....	29

### **BAB III Metodologi Penelitian**

A.	Pendekatan Penelitian .....	30
B.	Definisi Operasional.....	31
C.	Tempat dan Waktu Penelitian .....	32
D.	Populasi dan Sampel .....	32
1.	Populasi.....	32
2.	Sampel .....	32
E.	Tehnik Pengumpulan.....	34
1.	Wawancara ( <i>Interview</i> ).....	34
2.	Angket ( <i>Quisioner</i> ) .....	34
F.	Tehnik Analisis Data Kuantitatif.....	35
1.	Analisis Regresi Logistik.....	35
2.	Model Regresi Logistik Biner .....	36
3.	Pengujian Hipotesis .....	38
a.	Uji t.....	38
4.	Analisis Data Kualitatif .....	39

### **BAB IV Hasil Penelitian**

A.	Gambaran Umum Objek Penelitian .....	40
1.	Geografis.....	40
2.	Jumlah Penduduk.....	42
3.	Pekerjaan.....	46
4.	Partai Politik .....	47
5.	Kang Mahdi .....	48

B.	Penyajian Data.....	48
1.	Karakteristik Responden.....	49
a.	Jenis Kelamin Responden .....	50
b.	Usia Responden.....	51
c.	Tingkat Pendidikan Responden.....	52
2.	Indikator <i>Personal Branding</i> .....	53
a.	<i>Authenticity</i> (Keaslian).....	53
b.	<i>Integrity</i> (Integritas) .....	54
c.	<i>Consistency</i> (Konsisten).....	55
d.	<i>Specialization</i> (Spesialisasi) .....	56
e.	<i>Authority</i> (Otoritas) .....	57
f.	<i>Differentiation</i> (Keberbedaan) .....	58
g.	<i>Relevant</i> (Relevan) .....	59
h.	<i>Visibility</i> (Visibilitas) .....	60
i.	<i>Persistence</i> (Kegigihan) .....	61
j.	<i>Goodwill</i> (Kebaikan) .....	62
k.	<i>Performance</i> (Kinerja) .....	63
3.	Keputusan Memberikan Dukungan .....	64
a.	Keputusan Dukungan .....	64
b.	Alasan Tidak Memberikan Dukungan .....	65
C.	Pembahasan Analisis Data .....	66
1.	Analisis Data Kuantitatif .....	66
<b>BAB V Penutup</b>		
A.	Kesimpulan.....	74
B.	Saran.....	74
<b>Daftar Pustaka.....</b>		<b>75</b>