

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	9
1.2.1 Fokus Penelitian.....	9
1.2.2 Pertanyaan Penelitian.....	10
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian	10
1.3.1 Tujuan Penelitian	10
1.3.2 Kegunaan Penelitian	11
BAB II	12
KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	12
2.1 Review Penelitian Sejenis.....	12
2.2 Kerangka Konseptual.....	22
2.2.1 Tinjauan Komunikasi Pemasaran.....	22
2.2.2 Tinjauan Personal Branding.....	25
2.2.3 Tinjauan Citra Merek.....	34
2.2.4 Keputusan Pembelian.....	37
2.3 Kerangka Teoritis.....	40
2.4 Kerangka Pemikiran.....	41
2.6 Hipotesis Penelitian	44
BAB III	46
OBJEK DAN METODOLOGI PENELITIAN	46
3.1 Objek penelitian	46

3.2 Metodologi Penelitian	46
3.3 Variabel Penelitian dan Operasional Variabel	47
3.3.1 Variable Penelitian	47
3.3.2 Operasional Variabel.....	49
3.3.3. Skala Pengukuran.....	53
3.4 Populasi dan Sampel	53
3.4.1 Populasi.....	54
3.4.2 Teknik Sampling	54
3.5 Jenis Data dan Prosedur Pengumpulan Data.....	56
3.5.1 Jenis Data	56
3.5.2 Prosedur Pengumpulan Data.....	57
3.6 Rancangan Analisis Data dan Uji Validitas dan Realibilitas Data.....	59
3.6.1 Rancangan Analisis Data	59
3.6.2 Uji Validitas dan Realibilitas	60
3.7 Lokasi Penelitian dan Jadwal Penelitian	63
3.8 Gambaran Umum NCT 127	64
BAB IV	69
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	69
4.1 Analisis Deskriptif dari Data Responden.....	70
4.1.1 Responden berdasarkan jenis kelamin	70
4.1.2 Responden berdasarkan usia	71
4.1.3 Responden berdasarkan status	72
4.1.4 Responden berdasarkan yang mngetahui NCT 127	73
4.1.5 Responden berdasarkan Karakteristik Fans Termasuk Kedalam.....	73
4.1.6 Responden berdasarkan mengikuti NCT 127 di media sosial.....	74
4.1.7 Responden berdasarkan ketertarikan untuk membeli album STICKER	75
4.2 Analisis Deskriptif dari Data Penelitian.....	75
4.2.1 Aspek Personal Branding.....	76
4.2.2 Aspek Citra Merek NCT 127	89
4.2.3 Aspek Keputusan Pembelian	93
4.3 Analisis Inferensial dari Data Penelitian.....	103
4.3.1 Uji t Dari Data Inferensial.....	103
4.3.2 Uji f Dari Data Inferensial	107
4.4 Pembahasan.....	109

BAB V	113
KESIMPULAN DAN SARAN.....	113
5.1 Kesimpulan	113
5.2 Saran	113
5.2.1 Saran Teoritis	114
5.2.2 Saran Praktis	114
DAFTAR PUSTAKA.....	115
LAMPIRAN.....	118
Pendidikan Formal.....	118
LAMPIRAN 2.....	119

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1	Rumus Alpha Cronbach	61
Gambar 3.2	NCT 127 STICKER	64
Gambar 4.1	Kurva Uji t Personal Branding	105
Gambar 4.2	Kurva Uji t Citra Merek	107

DAFTAR TABEL

Tabel 2.2	Kerangka Berpikir	43
Tabel 3.1	PEMBERIAN SKOR SKALA LIKERT	53
Tabel 3.2	Uji Realibilitas Variabel X	62
Tabel 3.3	Uji Realibilitas Variabel Y	62
Tabel 3.4	JADWAL PENELITIAN	63
Tabel 4.1	Jenis Kelamin Responden.....	70
Tabel 4.2	Usia Responden	71
Tabel 4.3	Status Responden.....	72
Tabel 4.4	Karakteristik Fans Tahu Tentang NCT 127	73

Tabel 4.5	Karakteristik Fans Termasuk Kedalam	73
Tabel 4.6	Media Sosial NCT 127	74
Tabel 4.7	Jawaban ketertarikan membeli album STICKER.....	75
Tabel 4.8	Setiap Member NCT 127 Memperkenalkan diri mereka masing-masing	76
Tabel 4.9	Setiap Member NCT 127 Memiliki Bakat Yang Luar Biasa ...	77
Tabel 4.10	NCT 127 Terkenal di Seluruh Dunia.....	78
Tabel 4.11	NCT 127 di Kenal Bersikap Baik Pada Setiap Member	79
Tabel 4.12	NCT 127 Sangat Menyayangi Fans-nya (NCTZEN)	80
Tabel 4.13	NCT 127 Sangat Mencintai Diri Mereka Sendiri.....	81
Tabel 4.14	NCT 127 Sangat Menghargai Setiap Orang yang Berada di Dekatnya	82
Tabel 4.15	<i>Style</i> Setiap Member Sangat Berkualitas dan <i>Elegant</i>	83
Tabel 4.16	Diatas Panggung Atau Tidak Mereka Tetap Sangat Mempesona	84
Tabel 4.17	Ciri Khas Vokal Mereka (NCT 127) Sangat Bagus	85
Tabel 4.18	NCT 127 Memiliki Standar Kualitas Yang Dapat Diterima ...	86
Tabel 4.19	NCT 127 Unggul Secara Keseluruhan	87
Tabel 4.20	NCT 127 Memiliki Tingkat Kualitas Yang Memuaskan	88
Tabel 4.21	Bentuk Album STICKER Sangat Menarik	89
Tabel 4.22	Isi Dari Album STICKER Sangat Memuaskan.....	90
Tabel 4.23	Terdapat Cerita Atau Teori Dari Setiap Album STICKER.....	91
Tabel 4.24	Album STICKER Memiliki Citra Yang Bagus.....	92
Tabel 4.25	Membeli Album Karena Rangsangan Internal	93
Tabel 4.26	Membeli Album Karena Rangsangan Eksternal	94
Tabel 4.27	Mendapat Informasi Tentang Album STICKER Dari Sumber Pribadi	95
Tabel 4.28	Mendapat Informasi Tentang Album STICKER Dari Sumber Komersial	96
Tabel 4.29	Mendapat Informasi Tentang Album STICKER Dari Sumber Eksperimental	97
Tabel 4.30	Mendapat Manfaat Dari Membeli Album STICKER	98

Tabel 4.31	Membeli Karena NCT 127	99
Tabel 4.32	Membeli Karena Kebutuhan Pada Waktunya	100
Tabel 4.33	Membeli Karena Keinginan Pribadi	101
Tabel 4.34	Mendapat Kepuasan Akan Album STICKER.....	102
Tabel 4.35	Uji t Pada <i>Personal Branding</i>	104
Tabel 4.36	Uji t Pada Citra Merek.....	106
Tabel 4.37	Uji F <i>Personal Branding</i> dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian	108