

PROPOSAL TUGAS AKHIR

**Analisis Deskriptif Kuantitatif Personal Branding dan Trust dr. Zaidul Akbar di
Instagram Terhadap Loyalitas Pelanggan Toko JSR**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu
Komunikasi, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie**



RAHMAD ZAKIA RAMADHAN

NIM: 1221003116

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL

UNIVERSITAS BAKRIE

JAKARTA

TAHUN 2026

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

**Tugas Akhir ini adalah hasil karya saya sendiri,
dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk
telah saya nyatakan dengan benar.**

Nama : Rahmad Zakia Ramadhan
NIM 1221003116



Tanda Tangan:

Tanggal : 14 September 2026

HALAMAN PENGESAHAN

Universitas Bakrie

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas akhir ini diajukan oleh:

Nama : Rahmad Zakia Ramadhan
NIM : 1231003116
Program Studi : Ilmu Komunikasi Fakultas
: Ekonomi dan Ilmu Sosial
Judul Skripsi : Analisis Deskriptif Kuantitatif Personal Branding dan
Trust dr. Zaidul Akbar di Instagram Terhadap
Loyalitas Pelanggan Toko JSR

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ekonomi & Ilmu Sosial, Universitas Bakrie.

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Annisa Fitriana Lestari., S.I.K., M.Si. ()
Penguji 1 : Alifia Firliani, S.Ikom., M.A. (HCM). ()
Penguji 2 : Ajenk Ningga Citra., S.Sos., M.Si. ()

Ditetapkan di Jakarta,
24 Agustus 2026

UNGKAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur Penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkah, rahmat, kemudahan, serta kekuatan yang diberikan, sehingga Penulis dapat menyelesaikan penyusunan Tugas Akhir sebagai mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie dengan judul “Analisis Deskripti Kuantitatif Personal Branding dan Trust dr. Zaidul Akbar di Instagram Terhadap Loyalitas Pelanggan” dengan sebaik-baiknya. Penyusunan Tugas Akhir ini ditujukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana (S1) Ilmu Komunikasi, sekaligus menjadi pencapaian akhir dari perjalanan akademik Penulis selama menempuh pendidikan di Universitas Bakrie. Dalam proses penyusunan Tugas Akhir ini, Penulis menyadari bahwa perjalanan yang dilalui tidak selalu mudah. Oleh karena itu, dengan penuh rasa syukur dan hormat, Penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah menemani, mendukung, mendoakan, serta membantu Penulis selama proses perkuliahan hingga penyelesaian Tugas Akhir ini.

1) Allah SWT, Tuhan Yang Maha Esa

Puji syukur Penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT, Tuhan Yang Maha Esa, atas segala nikmat, rahmat, kemudahan, tuntunan, kesehatan, dan keselamatan yang diberikan kepada Penulis selama menjalani perkuliahan hingga menyelesaikan Tugas Akhir ini. Berkat karunia-Nya, setiap hambatan dan kesulitan yang dihadapi dapat dilalui satu per satu dengan kekuatan dan keteguhan hati.

2) Papa, Mama & Keluarga

Kedua orang tua tercinta, Papa dan Mama, yang merupakan alasan terbesar di balik setiap langkah dan pencapaian penulis hingga saat ini. Terima kasih atas cinta, kasih sayang, doa yang tidak pernah putus.

Beliau memang tidak sempat merasakan bangku perkuliahan, namun tidak pernah sekalipun membiarkan keterbatasan tersebut menjadi penghalang anak-anaknya untuk mengenyam pendidikan setinggi mungkin. Gelar S.I.Kom ini bukanlah akhir dari perjuangan, melainkan salah satu bentuk bakti dan rasa terima kasih penulis atas setiap air mata, doa, kerja keras, dan cinta yang telah mengantarkan penulis sampai pada titik ini. Semoga pencapaian ini menjadi awal untuk membahagiakan serta membalas, meskipun tidak akan pernah sebanding dengan pengorbanan yang telah beliau berikan. Terima kasih untuk Uni dan Abang yang tidak menjadi seorang kakak tetapi juga panutan dan sosok yang memiliki peran besar dalam membentuk penulis menjadi pribadi seperti saat ini. Terima kasih karena telah mengajarkan bahwa seorang laki-laki harus berani melakukan, bermimpi, dan mandiri. Kepada adik bungsu tercinta, terima kasih telah menjadi salah satu alasan terbesar bagi penulis untuk terus berjuang menjadi pribadi yang lebih baik. Kehadiranmu selalu mengingatkan penulis bahwa setiap langkah dan pencapaian hari ini bukan hanya untuk diri sendiri, tetapi juga agar menjadi teladan yang baik

3) Annisa Fitriana Lestari., S.I.K., M.Si.

Penulis menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Miss Annisa Fitriana Lestari, S.I.K., M.Si. selaku dosen pembimbing yang senantiasa memberikan arahan, dukungan, masukan, dan motivasi selama proses penyusunan Tugas Akhir ini. Terima kasih karena telah membimbing Penulis dengan sabar dan memberikan ruang bagi Penulis untuk menjalani proses penyusunan Tugas Akhir dengan baik tanpa memberikan tekanan yang berlebihan. Kehadiran Miss tidak hanya membantu Penulis secara akademis, tetapi juga memberikan semangat dan keyakinan kepada Penulis untuk dapat menyelesaikan setiap tahapan yang ada. Setiap arahan dan masukan yang diberikan menjadi bagian penting dalam perjalanan Penulis hingga Tugas Akhir ini dapat terselesaikan.

4) Alifia Firliani S.I.Kom., M.A. (HCM)

Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Miss Alifia Firliani, S.I.Kom., M.A.(HCM), selaku dosen penguji I, atas waktu, perhatian, kritik, saran, dan masukan yang sangat berharga selama proses ujian dan penyempurnaan Tugas Akhir ini. Setiap masukan yang diberikan tidak hanya membantu Penulis memperbaiki kualitas penelitian, tetapi juga memperluas wawasan dan membantu Penulis memahami penelitian ini secara lebih mendalam. Terima kasih atas dukungan, apresiasi, dan arahan yang telah diberikan hingga penelitian ini dapat terselesaikan dengan lebih baik.

5) Universitas Bakrie

Terima kasih Penulis ucapkan kepada seluruh dosen Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie yang telah membimbing, mengajarkan, memberikan wawasan, memotivasi, serta mendampingi Penulis selama menjalani masa perkuliahan. Terima kasih atas ilmu, pengalaman, dan pembelajaran yang diberikan dengan penuh dedikasi, kesabaran, dan ketulusan. Seluruh ilmu yang telah diberikan akan menjadi bekal yang sangat berarti bagi Penulis dalam menjalani kehidupan dan perjalanan selanjutnya. Terima kasih juga untuk staf program studi Ilmu Komunikasi yang telah memberikan pengalaman di masa perkuliahan.

6) PT JSR INDONESIA BAHAGIA

Kepada PT JSR INDONESIA BAHAGIA, terima kasih yang sebesar-besarnya kesempatan, bantuan, dan kerja sama yang sangat berharga yang telah diberikan kepada penulis. Terima kasih telah menerima dan membimbing penulis sejak masa pelaksanaan magang hingga penyelesaian penelitian skripsi ini. Pengalaman, ilmu, serta dukungan dari seluruh jajaran pimpinan dan staf PT JSR Indonesia Bahagia sangat berarti dalam menyempurnakan skripsi ini.

7) Rekan Seperjuangan BIMBEL

Terima kasih kepada rekan-rekan BIMBEL (Bimbingan bu Afel) Penulis mengucapkan terimakasih yang sebanyak-banyaknya karena

dipertemukan dengan teman-teman yang supportive teruntuk, Anggi, Salwa, Khanaya dan Mateos, yang telah berjuang bersama, saling mengingatkan, dan menyemangati satu sama lain sejak awal hingga akhir proses penyesunan Tugas Akhir ini. Semoga kalian selalu diberikan kesehatan dan ilmu kalian berguna untuk banyak masyarakat terutama untuk masa depan kalian.

8) Adam & Aurel

Terima kasih penulis ucapkan kepada sahabat terdekat penulis yaitu Adam dan Aurel, karena sudah mau direpotkan menjadi teman penulis, tempat bertanya, dan berkeluh kesah. Terima kasih sudah menjadi bagian dari begitu banyak cerita selama masa perkuliahan penulis. Terima kasih atas kebersamaan, kerja sama, dukungan, dan berbagai pengalaman yang dilalui bersama. Terima kasih juga untuk teman-teman BFF atas 2 tahun bersama selama masa kuliah, dimanapun kalian berada semoga selalu dalam lindungan tuhan yang maha esa.

9) Teman-teman Angkatan 2022

Terima kasih penulis ucapkan kepada teman-teman prodi ilmu komunikasi angkatan 2022 atas kebersamaan, bantuan dan semangat yang diberikan selama masa perkuliahan.

10) Bigemer

Teristimewa untuk teman-teman terdekat saya, khususnya Bigemer ofc. Terima kasih yang tak terhingga atas setiap dukungan, dorongan, dan bantuan yang luar biasa selama proses penulisan skripsi ini. Terima kasih telah menjadi tempat berdiskusi, bertukar pikiran, hingga memberi kritik dan saran yang sangat membangun saat saya mengalami kendala. Lebih dari sekadar bantuan akademis, keberadaan, gelak tawa, dan kebersamaan kalian adalah bahan bakar utama yang menjaga semangat saya tetap menyala hingga garis akhir. Skripsi ini tidak akan selesai dengan baik tanpa adanya kalian di sisi saya.

11)

Kepada seseorang yang pernah singgah dalam hidup penulis meski namanya tak lagi dapat dituliskan. Terima kasih atas kebersamaan,

pengalaman, dan pelajaran yang tertinggal dalam setiap proses. Ternyata perginya anda mengajarkan penulis arti kedewasaan, kesabaran, dan keikhlasan dalam menjalani hidup. Segala yang terjadi menjadi bagian dari proses, yang perlahan membentuk penulis menjadi pribadi yang lebih kuat. Karena luka pasti membawa kita untuk berubah, maka berubah kearah yang lebih baik.

12) Someone

Kepada seseorang yang namanya belum sempat penulis tuliskan secara jelas di sini, namun mungkin sudah tertulis dengan jelas di Lauhul Mahfuz penulis. Terima kasih karena telah menjadi salah satu sumber motivasi dalam proses penyelesaian skripsi ini sebagai bentuk ikhtiar penulis untuk terus memantaskan diri. Meskipun saat ini penulis tidak tahu keberadaanmu ada belahan bumi bagian mana dengan menggenggam tangan siapa. Seperti kata Bj Habibie “kalau kau memang ditakdirkan untuk saya, kamu jungkir balikpun saya yang dapat”.

13) Me

Last but not least, I wanna thank me. I wanna thank me for believing me, I wanna thank me for having no days off, I wanna thank me for never quitting, I wanna thank me for always being a giver and trying to give more than I receive, I wanna thank me for trying to do more right than wrong, I wanna thank me for just being me all times.

Demikian ungkapan terima kasih ini Penulis sampaikan kepada seluruh pihak yang telah membantu dan memberikan dukungan selama proses penyusunan Tugas Akhir ini. Penulis berdoa semoga segala kebaikan dan bantuan yang telah diberikan mendapat balasan yang berlipat ganda dari Allah Swt., Tuhan Yang Maha Esa. Penulis menyadari sepenuhnya bahwa penulisan Tugas Akhir ini masih jauh dari kata sempurna, baik dari segi penyusunan maupun pembahasan, mengingat keterbatasan kemampuan dan pengalaman yang Penulis miliki. Oleh karena itu, Penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang konstruktif demi perbaikan di masa mendatang. Akhir kata, semoga Tugas Akhir ini dapat memberikan manfaat, wawasan, serta kontribusi positif bagi para pembaca, Universitas Bakrie, dan pihak-pihak yang berkepentingan.

Jakarta, 14 September 2026



Rahmad Zakia Ramadhan

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai sivitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rahmad Zakia Ramadhan
NIM 1221003116
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Jenis Tugas Akhir : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie **Hak Bebas Royalti Non Eksklusif (*Non-Exclusive Royalty Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

"Peran Personal Branding dan Trust dr. Zaidul Akbar di Instagram Terhadap Loyalitas Pelanggan Toko JSR "

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat : Bekasi
Pada Tanggal : 14 September 2026

Yang menyatakan,



Rahmad Zakia Ramadhan

“PERAN PERSONAL BRANDING DAN TRUST DR. ZAIDUL AKBAR DI INSTAGRAM TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN TOKO JSR”

RAHMAD ZAKIA RAMADHAN

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis gambaran personal branding dan *trust* dr. Zaidul Akbar di Instagram serta loyalitas pelanggan Toko JSR. Perkembangan media sosial telah mendorong figur publik memanfaatkan Instagram sebagai media komunikasi pemasaran untuk membangun citra diri sekaligus memperoleh kepercayaan audiens. Dalam konteks tersebut, dr. Zaidul Akbar dikenal sebagai influencer kesehatan berbasis sunnah yang memiliki jutaan pengikut dan membangun ekosistem bisnis melalui Toko JSR. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif dengan metode survei terhadap 100 pelanggan Toko JSR yang telah melakukan pembelian minimal dua kali. Pengumpulan data dilakukan menggunakan kuesioner dengan 71 butir pernyataan yang terdiri atas variabel personal branding, *trust*, dan loyalitas pelanggan. Analisis data menggunakan statistik deskriptif berupa distribusi frekuensi, nilai rata-rata, serta tabulasi silang untuk menggambarkan karakteristik hubungan antarvariabel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa personal branding dr. Zaidul Akbar berada pada kategori sangat baik dengan dimensi goodwill sebagai dimensi paling dominan. *Trust* pelanggan juga berada pada kategori sangat tinggi dengan dimensi benevolence sebagai dimensi yang memperoleh penilaian tertinggi. Loyalitas pelanggan Toko JSR menunjukkan kategori tinggi yang tercermin melalui pembelian ulang, kesediaan merekomendasikan produk, pembelian lintas produk, serta ketahanan terhadap produk pesaing. Penelitian ini memberikan kebaruan melalui analisis kepercayaan terhadap dr. Zaidul Akbar berdasarkan dua peran, yaitu sebagai dokter dan sebagai ustad, dalam konteks influencer kesehatan berbasis media sosial.

Kata Kunci: *personal branding; trust; loyalitas pelanggan; Instagram; JSR Store*

"THE ROLE OF DR. ZAIDUL AKBAR'S PERSONAL BRANDING AND TRUST ON INSTAGRAM TOWARD CUSTOMER LOYALTY OF TOKO JSR"

RAHMAD ZAKIA RAMADHAN

Abstract

This study aims to analyze the personal branding and trust of dr. Zaidul Akbar on Instagram, as well as their relationship with customer loyalty at Toko JSR. The development of social media has encouraged public figures to utilize Instagram as a marketing communication medium to build self-image while gaining audience trust. In this context, dr. Zaidul Akbar is known as a sunnah-based health influencer with millions of followers who has built a business ecosystem through Toko JSR. This study employed a descriptive quantitative approach using a survey method involving 100 customers of Toko JSR who had made at least two purchases. Data were collected using a questionnaire consisting of 71 statement items covering the variables of personal branding, trust, and customer loyalty. Data analysis was conducted using descriptive statistics, including frequency distribution, mean values, and cross-tabulation, to describe the characteristics of the relationships among variables. The results show that dr. Zaidul Akbar's personal branding falls into the very good category, with the goodwill dimension being the most dominant. Customer trust was also found to be in the very high category, with the benevolence dimension receiving the highest score. Customer loyalty toward Toko JSR was in the high category, as reflected in repeat purchases, willingness to recommend the products, cross-product purchases, and resistance to competing products. This study offers novelty by analyzing trust in dr. Zaidul Akbar based on his two roles—as a physician and as an ustad (Islamic religious teacher)—within the context of social media-based health influencers.

Keywords: *personal branding; trust; customer loyalty; Instagram; JSR Store*

DAFTAR ISI

BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	12
1.3 Tujuan Penelitian.....	13
1.4 Manfaat Penelitian.....	13
1.4.1. Manfaat Teoritis	13
1.4.2. Manfaat Praktis.....	13
BAB II	14
TINJAUAN PUSTAKA	14
2.1 Konsep yang Relevan	14
2.1.1 Komunikasi Pemasaran	14
2.1.2 Komunikasi Agama	19
2.1.3 Brand (Merek)	20
2.1.4 Personal Branding	21
2.1.5 Trust.....	24
2.1.6 Religious Credibility	28
2.1.7 Perilaku Konsumen	29
2.1.8 Loyalitas Pelanggan.....	30

2.1.9 Media Sosial	31
2.1.10 Instagram	32
2.2 Penelitian Terdahulu.....	34
PENELITIAN TERDAHULU	37
2.3 Kerangka Pemikiran	44
2.4 Pernyataan Kebaruan.....	45
BAB III.....	47
METODE PENELITIAN	47
3.1 Pendekatan dan Desain Penelitian.....	47
3.2 Populasi dan Sampel.....	48
3.2.1 Populasi	48
3.2.2 Teknik Sampling	49
3.2.3 Sampel	50
3.3 Teknik Pengumpulan Data	51
3.3.1 Data Primer.....	51
3.3.2 Data Sekunder	52
3.4 Teknik Pengumpulan Data	52
3.5 Teknik Analisis Data	53
3.5.1 Statistik Deskriptif.....	53
3.6 Uji Keabsahan Data	54

3.6.1 Uji Validitas.....	54
3.6.2 Uji Reliabilitas.....	56
3.7 Operasionalisasi Variabel.....	57
3.7.1 A. Variabel Independen (X1)	57
3.8 Uji Coba Keabsahan Data.....	68
3.8.1 Uji Coba Validitas	68
3.8.2 Uji Coba Reliabilitas	81
BAB IV	82
HASIL DAN PEMBAHASAN	82
4.1 Gambaran Konteks Penelitian	82
4.2 Penyajian Data.....	84
4.2.1 Hasil Uji Keabsahan Data	84
4.2.2 Karakteristik Responden.....	92
4.2.3 Hasil Tabulasi Frekuensi	94
4.2.4 Hasil Tabulasi Silang.....	151
4.3 Pembahasan dan Diskusi	157
4.3.1 Gambaran Personal Branding dr. Zaidul Akbar oleh Konsumen Toko JSR	157
4.3.2 Gambaran Trust Konsumen Toko JSR Kepada dr. Zaidul Akbar.....	161
4.3.3 Gambaran Loyalitas Pelanggan Toko JSR.....	165
4.3.4 Peran Personal Branding dr. Zaidul Akbar Terhadap Loyalitas Konsumen	

Toko JSR	170
4.3.5 Peran Trust Dokter Terhadap Loyalitas Konsumen Toko JSR	173
4.3.6 Peran Karakteristik Generasi Terhadap Loyalitas Konsumen Toko JSR.	174
4.3.7 Peran Karakteristik Gender Terhadap Loyalitas Konsumen Toko JSR ...	176
4.3.8 Gap Research: Dimensi Dominan Personal Branding dan Trust terhadap Loyalitas Pelanggan.....	178
4.3.9 Novelty: Perbandingan Kepercayaan Peran dr. Zaidul Akbar Sebagai Dokter dan Ustad	182
BAB V	185
KESIMPULAN DAN SARAN	185
5.1 Kesimpulan.....	185
5.2 Saran	187
5.2.1 Saran Teoritis.....	187
5.2.2 Saran Praktis.....	188
DAFTAR PUSTAKA.....	190

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	37
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel Personal Branding	57
Tabel 3.2 Operasionalisasi Variabel Trust	61
Tabel 3.3 Variabel Loyalitas Pelanggan.....	67
Tabel 3.4 Tabel Uji Coba Keabsahan Data Variabel Personal Branding	69
Tabel 3.5 Tabel Uji Coba Keabsahan Data Variabel Trust	73
Tabel 3.6 Tabel Uji Coba Keabsahan Data Variabel Loyalitas Pelanggan	79
Tabel 3.7 Tabel Uji Coba Keabsahan Data Reliabilitas	81
Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas Variabel Personal Branding (X1)	84
Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas Variabel Trust (X2)	87
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas Variabel Loyalitas Pelanggan (Y)	91
Tabel 4.4 Hasil Uji Reliabilitas	92
Tabel 4.5 Karakteristik Responden	93
Tabel 4.6 Analisis Deskriptif Variabel Personal Branding	95
Tabel 4.7 Analisis Deskriptif Dimensi Specialization	97
Tabel 4.8 Analisis Deskriptif Dimensi Leadership	100
Tabel 4.9 Analisis Deskriptif Dimensi Personality	102
Tabel 4.10 Analisis Deskriptif Dimensi Distinctiveness	105
Tabel 4.11 Analisis Deskriptif Dimensi Visibility	107
Tabel 4.12 Analisis Deskriptif Dimensi Unity	110
Tabel 4.13 Analisis Deskriptif Dimensi Persistence	112
Tabel 4.14 Analisis Deskriptif Dimensi Goodwill	114
Tabel 4.15 Analisis Deskriptif Variabel Trust	117
Tabel 4.16 Analisis Deskriptif Variabel Trust Dokter	119
Tabel 4.17 Analisis Deskriptif Ability Dokter	121
Tabel 4.18 Analisis Deskriptif Dimensi Integrity	123
Tabel 4.19 Analisis Deskriptif Dimensi Benevolence	126
Tabel 4.20 Analisis Deskriptif Variabel Trust Ustad	129
Tabel 4.21 Analisis Deskriptif Dimensi Ability.....	131
Tabel 4.22 Analisis Deskriptif Dimensi Integrity	134

Tabel 4.23 Analisis Deskriptif Dimensi Benevolence.....	137
Tabel 4.24 Analisis Deskriptif Variabel Loyalitas Pelanggan	140
Tabel 4.25 Analisis Deskriptif Dimensi Repeat Purchase	143
Tabel 4.26 Analisis Deskriptif Dimensi Purchase Across Product Line	145
Tabel 4.27 Analisis Deskriptif Dimensi Refers Others	147
Tabel 4.28 Analisis Deskriptif Dimensi Immunity to Competitors	149

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jumlah Pengguna Instagram di Dunia April 2025.....	3
Gambar 1.2 Postingan dr. Tompi di Instagram	5
Gambar 1.3 Postingan dr, Tirta di Instagram	7
Gambar 1.4 Postingan dr, Ayman Alatas di Instagram	7
Gambar 1.5 Postingan dr, Zaidul Akbar di Instagram.....	9
Gambar 1.6 dilansir dari akun Instagram JSR Store	11
Gambar 4.1 Akun Instagram Toko JSR.....	82
Gambar 4.2 Akun Instagram dr. Zaidul Akbar.....	83
Gambar 4.3 Tabel Dimensi Personal Branding	96
Gambar 4.4 Tabel Dimensi Specialization	98
Gambar 4.5 Tabel Dimensi Leadership	101
Gambar 4.6 Tabel Dimensi Personality.....	103
Gambar 4.7 Tabel Dimensi Distinctiveness	106
Gambar 4.8 Tabel Dimensi Visibility.....	108
Gambar 4.9 Tabel Dimensi Unity.....	111
Gambar 4.10 Tabel Dimensi Persistence.....	113
Gambar 4.11 Tabel Dimensi Goodwill.....	115
Gambar 4.12 Tabel Variabel Trust	117
Gambar 4.13 Tabel Variabel Trust Dokter.....	119
Gambar 4.14 Tabel Dimensi Ability Dokter	122
Gambar 4.15 Tabel Dimensi Integrity Dokter.....	125
Gambar 4.16 Tabel Dimensi Benevolence Dokter.....	127
Gambar 4.17 Tabel Dimensi Trust Ustad.....	129
Gambar 4.18 Tabel Dimensi Ability Ustad	133
Gambar 4.19 Tabel Dimensi Integrity Ustad.....	136
Gambar 4.20 Tabel Dimensi Benevolence Ustad.....	138
Gambar 4.21 Tabel Variabel Loyalitas Pelanggan.....	141
Gambar 4.22 Tabel Indikator Loyalitas Pelanggan	142
Gambar 4.23 Tabel Dimensi Repeat Purchase	144
Gambar 4.24 Tabel Dimensi Purchase Across Product Line	146

Gambar 4.25 Tabel Dimensi Refers Others.....	148
Gambar 4.26 Tabel Dimensi Immunity to Competitors	150
Gambar 4.27 Tabulasi Silang Personal Branding.....	151
Gambar 4.28 Tabulasi Silang Trust.....	152
Gambar 4.29 Tabulasi Silang Trust Dokter.....	153
Gambar 4.30 Tabulasi Silang Trust Ustad.....	154
Gambar 4.31 Tabulasi Silang Usia.....	155
Gambar 4.32 Tabulasi Silang Jenis Kelamin.....	156