



UNIVERSITAS NASIONAL

**PENGARUH *PERSONAL BRANDING* DI PLATFORM
LINKEDIN TERHADAP *ACCEPTABILITY* PROSES
PEMANGGILAN KERJA ALUMNI SOSIOLOGI 2021-2023
UNIVERSITAS NASIONAL**

SKRIPSI

**YUNDA NUR FAHIRA NOVIANTI
213503516020**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI SOSIOLOGI
JAKARTA
2025**



UNIVERSITAS NASIONAL

**THE INFLUENCE OF PERSONAL BRANDING ON THE
LINKEDIN PLATFORM ON THE ACCEPTABILITY OF JOB
CALLING PROSSES OPPORTUNITIES FOR SOCIOLOGY
ALUMNI 2021-2023 UNIVERSITAS NASIONAL**

**Submitted as partial fulfilment of the requirements for the
Bachelor's Degree**

**YUNDA NUR FAHIRA NOVIANTI
213503516020**

**FACULTY OF SOCIAL AND POLITICAL SCIENCES
SOCIOLOGY
JAKARTA
2025**



UNIVERSITAS NASIONAL

**PENGARUH *PERSONAL BRANDING* DI PLATFORM LINKEDIN
TERHADAP *ACCEPTABILITY* PROSES PEMANGGILAN KERJA
ALUMNI SOSIOLOGI 2021-2023 UNIVERSITAS NASIONAL**

SKRIPSI

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana
Sosial (S.Sos)**

**YUNDA NUR FAHIRA NOVIANTI
213503516020**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI SOSIOLOGI
JAKARTA, FEBRUARI 2025**

PENGESAHAN SKRIPSI



UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JAKARTA

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Yunda Nur Fahira Novianti

NPM : 213503516020

Program Studi : Sosiologi

Judul Skripsi : Pengaruh *Personal Branding* di Platform LinkedIn Terhadap
Acceptability Proses Pemanggilan Kerja Alumni Sosiologi
2021-2023 Universitas Nasional

Diajukan untuk : Memenuhi salah satu dari persyaratan untuk memperoleh Gelar
Sarjana Strata Satu (S1) pada Program Studi Sosiologi Fakultas
Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional

Disetujui untuk disahkan
Jakarta, 6 Maret 2025

Dosen Pembimbing

Dekan
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Prof. Dr. Drs. A.F. Sigit Rochadi, M.Si

Dr. Erna Ermawati Chotim, M.Si

LEMBAR PENGESAHAN



UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JAKARTA

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Yunda Nur Fahira Novianti
NPM : 213503516020
Program Studi : Sosiologi
Judul Skripsi : Pengaruh *Personal Branding* di Platform LinkedIn Terhadap
Acceptability Proses Pemanggilan Kerja Alumni Sosiologi
2021-2023 Universitas Nasional

Telah berhasil dipertahankan dihadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian dari persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Sosial pada Program Studi Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional.

DEWAN PENGUJI

Ketua Sidang : Drs. Khairul Fuad, M.A. (.....)
Penguji I : Prof. Dr. Aris Munandar, M.Si. (.....)
Penguji II : Prof. Dr. A.F. Sigit Rochadi, M.Si. (... ..)

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 6 Maret 2025

LEMBAR PERSETUJUAN REVISI JUDUL

LEMBAR PERSETUJUAN JUDUL YANG TELAH DIREVISI

Nama : Yunda Nur Fahira Novianti
NPM : 213503516020
Fakultas/Akademik : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Prodi & Konsetrasi : Sosiologi
Tanggal Sidang : 19 Februari 2025

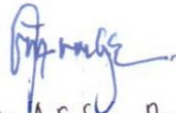
JUDUL SKRIPSI DALAM BAHASA INDONESIA

PENGARUH *PERSONAL BRANDING* DI PLATFORM LINKEDIN TERHADAP *ACCEPTABILITY* PROSES PEMANGGILAN KERJA ALUMNI SOSIOLOGI 2021-2023 UNIVERSITAS NASIONAL

JUDUL SKRIPSI DALAM BAHASA INGGRIS

THE INFLUENCE OF *PERSONAL BRANDING* ON THE LINKEDIN PLATFORM ON THE *ACCEPTABILITY* OF JOB CALLING PROSSES OPPORTUNITIES FOR SOCIOLOGY ALUMNI 2021-2023 UNIVERSITAS NASIONAL

TANDA TANGAN DAN TANGGAL

Pembimbing	Ka. Prodi	Mahasiswa
TGL: 6 Maret 2025	TGL: 6 Maret 2025	TGL: 6 Maret 2025
 Prof. Dr. A.F. Sigit Rochadi, M.Si	 Dr. Andi Achdian, M.Si	 Yunda Nur Fahira N.

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda-tangan dibawah ini:

Nama : Yunda Nur Fahira Novianti

NPM : 213503516020

Judul Skripsi : Pengaruh Personal Branding di Platform LinkedIn Terhadap
Acceptability Proses Pemanggilan Kerja Alumni Sosiologi 2021-
2023 Universitas Nasional

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi ini merupakan hasil penelitian, pemikiran dan pemaparan asli saya sendiri. Saya tidak mencantumkan tanpa bahan-bahan yang telah dipublikasikan sebelumnya atau ditulis oleh orang lain, atau sebagai bahan yang pernah diajukan untuk gelar atau ijasah pada Universitas Nasional atau perguruan tinggi lainnya.

Apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dari ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik sesuai dengan peraturan yang berlaku di Universitas Nasional. Demikian pernyataan ini saya buat.

Jakarta, 25 Januari 2025

Yang membuat pernyataan,



Yunda Nur Fahira Novianti

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI



UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JAKARTA

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Yunda Nur Fahira Novianti

NPM : 213503516020

Program Studi : Sosiologi

Judul Skripsi : Pengaruh *Personal Branding* di Platform LinkedIn Terhadap
Acceptability Kesempatan Kerja Alumni Sosiologi 2021-2023
Universitas Nasional

Diajukan untuk : Memenuhi salah satu dari persyaratan untuk memperoleh Gelar
Sarjana Strata Satu (S1) pada Program Studi Sosiologi Fakultas
Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional

Disetujui untuk diajukan

Jakarta, 05 Februari 2025

Dosen Pembimbing

Ketua Program Studi Sosiologi

Prof. Dr. Drs. A.F. Sigit Rochadi, M.Si

Dr. Andi Achdian, M.Si

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT, Tuhan Yang Maha Esa, yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul **“Pengaruh *Personal Branding* di Platform LinkedIn terhadap *Acceptability* Proses Pemanggilan Kerja Alumni Sosiologi 2021-2023 Universitas Nasional”** Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Sosial di Universitas Nasional.

Dalam proses penyelesaian skripsi ini, penulis menyadari bahwa banyak pihak yang telah memberikan bantuan, dukungan, dan doa. Oleh karena itu, dengan kerendahan hati, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Allah SWT, Tuhan Yang Maha Esa, atas segala berkah, rahmat, dan kekuatan yang diberikan selama proses penelitian dan penyusunan skripsi ini.
2. Kedua orang tua penulis, Mamah dan Ayah, penulis persembahkan rasa terima kasih mendalam kepada kedua orang tua tercinta yang selalu mendukung, memberikan kasih sayang tanpa henti, dan menjadi cahaya dalam setiap kegelapan perjalanan hidup penulis.
3. Dr. El Amry Bermawi Putera, M.A. selaku Rektor Universitas Nasional.
4. Ibu Dr. Dra. Erna Ermawati Chotim, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP) Universitas Nasional.
5. Dr. Andi Achdian, M.Si. selaku Ketua Program Studi Sosiologi dan Ibu Ichmi Yani Arinda Rohmah, S.Pd., M.Sosio. selaku Sekretaris Program Studi Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.
6. Prof. Dr. Drs. A.F. Sigit Rochadi, M.Si. selaku Dosen Pembimbing, yang telah dengan sabar memberikan arahan, kritik, dan bimbingan yang sangat berarti dalam penyusunan skripsi ini.
7. Seluruh Dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Program Studi Sosiologi Universitas Nasional, yang telah memberikan ilmu dan wawasan yang menjadi bekal berharga selama masa perkuliahan.

8. Para responden, yang telah bersedia memberikan jawaban atas kuesioner yang disebar, sehingga penelitian ini dapat memperoleh data yang relevan dan berkualitas.
9. Abang Fakhri dan Kakak Mala, selaku saudara/I yang telah memberikan doa, dukungan, semangat, dan selalu menjadi motivasi penulis untuk menjadi pribadi yang lebih baik.
10. Teman-teman terbaik penulis yaitu Syevi, Hanum, Gita, Dilla, Elsa, Sarah, Syafira, yang telah menemani penulis sejak semester 1 dan memberikan semangat serta kebahagiaan di setiap langkah. Terima kasih atas kebersamaan, dukungan tanpa syarat, dan semangat yang kalian berikan di setiap langkah perjalanan ini.
11. Teman-teman seperjuangan skripsi yaitu Selvi, Resalwa, Farhan, Fauzan, Septi, dan Ade yang selalu memberikan dukungan, motivasi, dan berbagi pengalaman selama masa-masa sulit, kehadiran kalian menjadi pengingat bahwa penulis tidak pernah berjalan sendirian.
12. Teman-teman Himpunan Mahasiswa Sosiologi, terutama kabinet Adinatha yang telah memberikan banyak dukungan serta pengalaman berharga selama menjadi mahasiswa aktif. Terima kasih atas kebersamaan, kerja sama, dan semangat yang telah kita bangun bersama, kalian adalah keluarga yang menguatkan dan menginspirasi penulis untuk terus berkembang dari waktu ke waktu.
13. Seluruh teman-teman Sosiologi Angkatan 2021, terutama Himadu 2021 yang tidak dapat disebutkan satu persatu. Terima kasih telah mengukir kenangan indah selama perkuliahan dan memberikan canda tawa, menemani hingga berjuang bersama hingga hari ini.
14. Kak Amel dan Kak Jeki, yang banyak memberikan bantuan berupa bimbingan, masukan, dan motivasi selama proses penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, penulis dengan senang hati menerima segala bentuk kritik dan saran yang membangun. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca dan menjadi kontribusi kecil dalam pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya di bidang Sosiologi.

Jakarta, 25 Januari 2025

Penulis



Yunda Nur Fahira Novianti



ABSTRAK

Nama : Yunda Nur Fahira Novianti
Program Studi : Sosiologi
Judul Penelitian : Pengaruh *Personal Branding* Terhadap *Acceptability* Proses Pemanggilan Kerja Alumni Sosiologi 2021-2023 Universitas Nasional
Dosen Pembimbing : Prof. Dr. Drs. A.F. Sigit Rochadi, M.Si

Penelitian ini berfokus pada pengaruh *personal branding* di LinkedIn terhadap *acceptability* proses pemanggilan kerja alumni Sosiologi Universitas Nasional menggunakan perspektif sosiologi komunikasi yang melihat bentuk komunikasi diri dapat membentuk citra profesional dan memengaruhi interaksi individu dengan lingkungan sosial dan dunia kerja. Teori yang digunakan adalah *Personal Branding* Peter Montoya dan Metode kuantitatif deskriptif dipilih untuk dapat mengungkap peran komunikasi digital dalam membangun jaringan profesional dan memperbesar peluang kerja. Lewat penelitian ini, dapat diketahui bahwa terdapat pengaruh dari *Personal Branding* di Platform LinkedIn terhadap *Acceptability* Proses Pemanggilan Kerja dengan hasil sig. $0,000 < 0,05$. Hasil uji koefisien determinasi dengan keterangan R Square sebesar 0,675, maka membuktikan bahwa pengaruh variabel X (*Personal Branding* di LinkedIn) terhadap variabel Y (*Acceptability* Proses Pemanggilan Kerja) adalah sebesar 67,5%.

Kata Kunci : *Personal Branding*, LinkedIn, Akseptabilitas, Kesempatan Kerja, Peter Montoya

ABSTRACT

Name : Yunda Nur Fahira Novianti
Study Program : Sociology
Title : The Influence of Personal Branding on the Acceptability of Job Calling Prossess Opportunities for Sociology Alumni 2021-2023 Universitas Nasional
Counsellor : Prof. Dr. Drs. A.F. Sigit Rochadi, M.Si

This study focuses on the influence of personal branding on LinkedIn towards the acceptability of job opportunities for alumni of Sociology of National University using a communication sociology perspective that sees the form of self-communication as being able to shape a professional image and influence individual interactions with the social environment and the world of work. The theory used is Peter Montoya's Personal Branding and the descriptive quantitative method was chosen to be able to reveal the role of digital communication in building professional networks and increasing job opportunities. Through this study, it can be seen that there is an influence of Personal Branding on the LinkedIn Platform towards the Acceptability of Job Opportunities with a sig. $0.000 < 0.05$. The results of the determination coefficient test with the description R Square of 0.675, prove that the influence of variable X (Personal Branding on LinkedIn) on variable Y (Acceptability of Job Opportunities) is 67.5%.

Keywords: Personal Branding, LinkedIn, Acceptability, Job Opportunities, Peter Montoya

DAFTAR ISI

PENGESAHAN SKRIPSI	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERSETUJUAN REVISI JUDUL	iv
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	v
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRAK	x
ABSTRACT.....	xi
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xix
 BAB I.....	 1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Pertanyaan Penelitian.....	9
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian	9
1.4 Kegunaan Penelitian.....	9
1.5 Sistematika Penulisan	10
 BAB II.....	 13
KAJIAN PUSTAKA.....	13
2.1 Penelitian Terdahulu	13
2.2 Kerangka Konsep dan Teori.....	16
2.2.1 <i>Personal Branding</i>	16
2.2.3 Akseptabilitas Kesempatan Kerja	18
2.2.4 Teori Personal Branding Montoya	20
2.3 Kerangka Analisis	22
2.4 Hipotesis.....	23

BAB III	24
METODOLOGI PENELITIAN	24
3.1 Pendekatan Penelitian	24
3.2 Penentuan Responden	24
3.2.1 Populasi	24
3.2.2 Sampel	25
3.3 Operasional Variabel	26
3.4 Teknik Pengumpulan Data	28
3.4.1 Uji Coba Instrumen	28
3.4.2 Pengumpulan Data	33
3.5 Teknik Pengolahan dan Analisis Data	34
3.5.1 Teknik Pengolahan Data	34
3.5.2 Teknik Analisis Data	35
3.6 Lokasi dan Jadwal Penelitian	40
BAB IV	42
PEMBAHASAN	42
4.1 <i>Personal Branding</i> sebagai Bentuk Representasi Diri Alumni Sosiologi Universitas Nasional di LinkedIn	42
4.1.1 Karakteristik Responden	43
4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	44
4.1.3 Karakteristik Responden berdasarkan Usia	44
4.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Tahun Kelulusan	45
4.2 Hasil Statistik Deskriptif	46
4.2.1 Indikator Keahlian dan Kompetensi (X1)	46
4.2.2 Indikator Partisipasi (X2)	50
4.2.3 Indikator Kredibilitas (X3)	55
4.2.4 Indikator Visual (X4)	58
4.2.5 Indikator Tingkat Pengangguran (Y1)	63
4.2.6 Indikator Kualifikasi (Y2)	66
4.2.7 Indikator Kesempatan Kerja (Y3)	70
4.2.8 Indikator Tren Rekrutmen (Y4)	74
4.3 Hasil Uji Asumsi Klasik	78
4.3.1 Uji Normalitas	78
4.3.2 Hasil Uji Linearitas	79
4.3.3 Hasil Uji <i>Crosstab</i>	80

4.4	Hasil Uji Korelasi <i>Pearson Product Moment</i>	82
4.5	Pengujian Hipotesis.....	83
4.5.1	Hasil Uji Regresi Linear Sederhana	84
4.5.2	Hasil Uji T.....	85
4.5.3	Hasil Uji Koefisien Determinasi	86
4.6	Pembahasan Hasil Penelitian	87
4.7	Implikasi Teori	93
BAB V.....		96
KESIMPULAN		96
5.1	Kesimpulan	96
5.2	Saran.....	96
DAFTAR PUSTAKA		98
LAMPIRAN		101
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....		121



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Display Profile LinkedIn.....	7
Gambar 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	44
Gambar 4. 2 Karakteristik Berdasarkan Usia.....	44
Gambar 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Tahun Kelulusan.....	45



DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Kerangka Analisis	23
Tabel 3. 1 Rumus Slovin.....	25
Tabel 3. 2 Operasional Variabel.....	27
Tabel 3. 3 Daftar Instrumen Personal Branding Platform LinkedIn.....	28
Tabel 3. 4 Daftar Instrumen Acceptability Kesempatan Kerja	28
Tabel 3. 5 Rumus Uji Validitas Pearson Product Moment	28
Tabel 3. 6 Uji Validitas Variabel X	29
Tabel 3. 7 Uji Validitas Variabel Y	30
Tabel 3. 8 Rumus Reliabilitas Cronbach's Alfa.....	31
Tabel 3. 9 Uji Reliabilitas Variabel X.....	32
Tabel 3. 10 Uji Reliabilitas Variabel Y.....	32
Tabel 3. 11 Rumus Uji Korelasi Pearson Product Moment	37
Tabel 3. 12 Interpretasi Kekuatan Hubungan	38
Tabel 3. 13 Rumus Persamaan Regresi Linear Sederhana.....	38
Tabel 3. 14 Rumus Uji Regresi Linear Sederhana.....	39
Tabel 3. 15 Jadwal Kegiatan Penelitian	40
Tabel 4. 1 Hasil Data Indikator Keahlian Kompetensi (Pertanyaan 1).....	46
Tabel 4. 2 Hasil Data Indikator Keahlian Kompetensi (Pertanyaan 2).....	47
Tabel 4. 3 Hasil Data Indikator Keahlian Kompetensi (Pertanyaan 3).....	47
Tabel 4. 4 Hasil Data Indikator Keahlian Kompetensi (Pertanyaan 4).....	48
Tabel 4. 5 Hasil Data Indikator Keahlian Kompetensi (Pertanyaan 5).....	49
Tabel 4. 6 Hasil Data Indikator Keahlian Kompetensi (Pertanyaan 6).....	49
Tabel 4. 7 Hasil Data Indikator Partisipasi (Pertanyaan 7).....	50
Tabel 4. 8 Hasil Data Indikator Partisipasi (Pertanyaan 8).....	51
Tabel 4. 9 Hasil Data Indikator Partisipasi (Pertanyaan 9).....	52
Tabel 4. 10 Hasil Data Indikator Partisipasi (Pertanyaan 10).....	52
Tabel 4. 11 Hasil Data Indikator Partisipasi (Pertanyaan 11).....	53
Tabel 4. 12 Hasil Data Indikator Partisipasi (Pertanyaan 12).....	54
Tabel 4. 13 Hasil Data Indikator Kredibilitas (Pertanyaan 13).....	55
Tabel 4. 14 Hasil Data Indikator Kredibilitas (Pertanyaan 14).....	55
Tabel 4. 15 Hasil Data Indikator Kredibilitas (Pertanyaan 15).....	56

Tabel 4. 16 Hasil Data Indikator Kredibilitas (Pertanyaan 16).....	57
Tabel 4. 17 Hasil Data Indikator Kredibilitas (Pertanyaan 17).....	57
Tabel 4. 18 Hasil Data Indikator Visual (Pertanyaan 18)	58
Tabel 4. 19 Hasil Data Indikator Visual (Pertanyaan 19)	59
Tabel 4. 20 Hasil Data Indikator Visual (Pertanyaan 20)	60
Tabel 4. 21 Hasil Data Indikator Visual (Pertanyaan 21)	61
Tabel 4. 22 Hasil Data Indikator Visual (Pertanyaan 22)	61
Tabel 4. 23 Hasil Data Indikator Visual (Pertanyaan 23)	62
Tabel 4. 24 Hasil Data Indikator Tingkat Pengangguran (Pertanyaan 24)	63
Tabel 4. 25 Hasil Data Indikator Tingkat Pengangguran (Pertanyaan 25)	64
Tabel 4. 26 Hasil Data Indikator Tingkat Pengangguran (Pertanyaan 26)	64
Tabel 4. 27 Hasil Data Indikator Tingkat Pengangguran (Pertanyaan 27)	65
Tabel 4. 28 Hasil Data Indikator Kualifikasi (Pertanyaan 28).....	66
Tabel 4. 29 Hasil Data Indikator Kualifikasi (Pertanyaan 29).....	67
Tabel 4. 30 Hasil Data Indikator Kualifikasi (Pertanyaan 30).....	67
Tabel 4. 31 Hasil Data Indikator Kualifikasi (Pertanyaan 31).....	68
Tabel 4. 32 Hasil Data Indikator Kualifikasi (Pertanyaan 32).....	69
Tabel 4. 33 Hasil Data Indikator Kesempatan Kerja (Pertanyaan 33).....	70
Tabel 4. 34 Hasil Data Indikator Kesempatan Kerja (Pertanyaan 34).....	70
Tabel 4. 35 Hasil Data Indikator Kesempatan Kerja (Pertanyaan 35).....	71
Tabel 4. 36 Hasil Data Indikator Kesempatan Kerja (Pertanyaan 36).....	72
Tabel 4. 37 Hasil Data Indikator Kesempatan Kerja (Pertanyaan 37).....	73
Tabel 4. 38 Hasil Data Indikator Kesempatan Kerja (Pertanyaan 38).....	74
Tabel 4. 39 Hasil Data Indikator Tren Rekrutmen (Pertanyaan 39)	74
Tabel 4. 40 Hasil Data Indikator Tren Rekrutmen (Pertanyaan 40)	75
Tabel 4. 41 Hasil Data Indikator Tren Rekrutmen (Pertanyaan 41)	76
Tabel 4. 42 Hasil Data Indikator Tren Rekrutmen (Pertanyaan 42)	76
Tabel 4. 43 Hasil Data Indikator Tren Rekrutmen (Pertanyaan 43)	77
Tabel 4. 44 Hasil Uji Normalitas	79
Tabel 4. 45 Hasil Uji Linearitas	80
Tabel 4. 46 Uji Crosstab Karakteristik.....	80
Tabel 4. 47 Uji Crosstab Y1.....	81

Tabel 4. 48 Uji Crosstab X4.....	81
Tabel 4. 49 Hasil Uji Korelasi Pearson Product Moment.....	82
Tabel 4. 50 Hasil Variabel Entered/Removed.....	84
Tabel 4. 51 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana (Coefficient)	84
Tabel 4. 52 Hasil Uji T.....	85
Tabel 4. 53 Hasil Uji Koefisien Determinasi	86



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 – Kuesioner Penelitian.....	101
Lampiran 2 – Tabulasi Data X (Personal Branding di LinkedIn).....	105
Lampiran 3 – Tabulasi Data Y (Acceptability Kesempatan Kerja)	108
Lampiran 4 – Hasil Uji Validitas Variabel X	111
Lampiran 5 – Hasil Uji Validitas Variabel Y	113
Lampiran 6 – Surat Penugasan Pembimbing Skripsi.....	115
Lampiran 7 – Surat Konsultasi Bimbingan.....	116
Lampiran 8 – Surat Keterangan Plagiarisme	119

