

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
ABSTRAK	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang.....	1`
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Manfaat Penelitian.....	5
E. Sistematika Penulisan.....	6
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Deskripsi Teori	8
1. <i>Diffusion of Innovation Theory</i>	8
2. Promosi di Media Sosial Facebook.....	8
3. Strategi Pemasaran Syariah.....	20
4. Minat Beli	33
B. Penelitian Terdahulu.....	38
C. Kerangka Berpikir	41
D. Hipotetis.....	42
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Jenis dan Pendekatan	46
B. Setting Penelitian.....	46
C. Populasi dan Sampel.....	46
D. Desain dan Definisi Operasional Variabel	49
E. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen.....	56
F. Uji Asumsi Klasik	56
G. Teknik Pengumpulan Data	58
H. Teknik Analisis Data	58
BAB IV PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Hasil Penelitian.....	61
1. Profil Perusahaan Hijab Arrafi.....	61
2. Visi dan Misi Hijab Arrafi	62

3. Syarat Menjadi Bagian Dari KBHR.....	62
B. Karakteristik Responden.....	63
1. Deskripsi Identitas Responden.....	63
2. Deskripsi Angket.....	66
C. Uji Instrumen Penelitian.....	73
1. Uji Validitas 30 Non Responden.....	73
2. Uji Reliabilitas 30 Non Responden.....	75
D. Uji Asumsi Klasik.....	75
1. Uji Multikolinieritas.....	76
2. Uji Autokolerasi.....	76
3. Uji Heteroskedastisitas.....	77
4. Uji Normalitas.....	78
E. Analisis Data.....	79
1. Statistik Deskriptif.....	79
F. Uji Regresi Linier Berganda.....	80
1. Koefisien Determinasi.....	81
2. Uji Simultan (Uji F).....	82
3. Uji Parsial (Uji T).....	83
G. Pembahasan.....	85
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan.....	88
B. Implikasi Penelitian.....	88
C. Keterbatasan Penelitian.....	89
D. Saran-Saran.....	89
E. Penutup.....	90
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	38
Tabel 3.1 Jumlah Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam	47
Tabel 3.2 Operasional Variabel.....	49
Tabel 3.3 Interpretasi Durbin-Watson.....	57
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden	64
Tabel 4.2 Usia Responden	64
Tabel 4.3 Semester Responden	65
Tabel 4.4 Program Studi.....	65
Tabel 4.5 Tanggapan responden promosi di media sosial Facebook.....	69
Tabel 4.6 Tanggapan responden strategi pemasaran Syariah	71
Tabel 4.7 Tanggapan responden minat beli.....	73
Tabel 4.8 Uji Validitas non responden promosi di media sosial Facebook.....	73
Tabel 4.9 Uji Validitas non responden strategi pemasaran Syariah	74
Tabel 4.10 Uji Validitas non responden minat beli.....	74
Tabel 4.11 Uji Reliabilitas non responden	75
Tabel 4.12 Uji Multikolinieritas	76
Tabel 4.13 Uji Autokolerasi	77
Tabel 4.14 Statistik Deskriptif	79
Tabel 4.15 Uji regresi linier berganda.....	80
Tabel 4.16 Uji Koefisien determinasi	82
Tabel 4.17 Uji Simultan (uji) F.....	83
Tabel 4.18 Uji Parsial (uji)T	84