

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL..... i

PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI ii

PENGESAHAN MUNAQOSYAH..... iii

PERNYATAAN KEASLIAM SKRIPSI..... iii

ABSTRAK v

MOTTO vi

PERSEMBAHAN vii

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN viii

KATA PENGANTAR..... ix

DAFTAR ISI..... xi

DAFTAR TABELxiv

DAFTAR GAMBAR xv

BAB I..... 1

 A. Latar Belakang 1

 B. Rumusan Masalah 7

 C. Tujuan Penelitian 8

 D. Manfaat Penelitian 8

 E. Sistematika Penulisan 9

BAB II..... 11

 A. Deskripsi Teori 11

 1. Teori Pemasaran 11

 2. Perilaku Konsumen 12

 3. Media Sosial 15

 4. Harga 22

 5. Strategi Pemasaran Islami 29

 6. Minat Beli Konsumen 40

 B. Hasil Penelitian Terdahulu 45

 C. Kerangka Berpikir..... 47

BAB III 52

 A. Jenis dan Metode Penelitian 52

 B. Sumber Data 52

 C. Populasi dan Sampel Penelitian 53

 D. Tata Variabel Penelitian..... 54

 E. Definisi Operasional 55

 F. Teknik Pengumpulan Data 57

BAB IV 65

 A. Gambaran Umum Objek Penelitian..... 65

 1. Sejarah Pisang Nugget Sharmee 65

 2. Visi dan Misi Usaha..... 66

3. Produk Pisang Nugget Sharmee	66
B. Gambaran Umum Responden	66
1. Jenis Kelamin Responden	66
2. Usia Responden	67
3. Pengeluaran per Bulan	67
4. Profesi Responden	68
C. Deskripsi Variabel Penelitian	69
1. Media sosial (X1)	69
2. Harga (X2)	71
3. Strategi Pemasaran Islami (X3)	73
4. Minat Beli (Y)	76
D. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	78
1. Uji Validitas Instrumen	78
2. Uji Reliabilitas Instrumen	79
E. Hasil Uji Asumsi Klasik	80
1. Uji Multikolinieritas	80
2. Uji Autokorelasi	81
3. Uji Normalitas	81
4. Uji Heteroskedasitas	83
F. Hasil Analisis Data	84
1. Analisis Regresi Linear Berganda	84
2. Uji Koefisien Determinasi (R^2)	85
3. Uji F (Simultan)	86
4. Uji t (Parsial)	87
G. Pembahasan Hasil Penelitian	88
1. Pengaruh Media sosial terhadap Minat Beli Konsumen Pisang Nugget Sharmee Kudus	88
2. Pengaruh Harga terhadap Minat Beli Konsumen Pisang Nugget Sharmee Kudus	89
3. Pengaruh Strategi Pemasaran Islami terhadap Minat Beli Konsumen Pisang Nugget Sharmee Kudus	90
4. Pengaruh Media Sosial, Harga dan Strategi Pemasaran Islami terhadap Minat Beli Konsumen Pisang Nugget Sharmee Kudus	92
BAB V	94
A. Kesimpulan	94
B. Keterbatasan Penelitian	95
C. Saran	96

**DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN-LAMPIRAN
DAFTAR RIWAYAT HIDUP**



DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1	Definisi Operasional	55
Tabel 4. 1	Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	67
Tabel 4. 2	Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	67
Tabel 4. 3	Deskripsi Responden Berdasarkan Pengeluaran.....	68
Tabel 4. 4	Deskripsi Responden Berdasarkan Profesi	68
Tabel 4. 5	Tanggapan Responden tentang Media Sosial (X1).....	69
Tabel 4. 6	Tanggapan Responden tentang Harga (X2).....	71
Tabel 4. 7	Tanggapan Responden tentang Strategi Pemasaran Islami (X3).....	74
Tabel 4. 8	Tanggapan Responden tentang Minat Beli (Y)	76
Tabel 4. 9	Hasil Uji Validitas Instrumen.....	78
Tabel 4. 10	Hasil Uji Reliabilitas Instrumen	79
Tabel 4. 11	Hasil Uji Multikolinearitas.....	80
Tabel 4. 12	Hasil Uji Autokorelasi	81
Tabel 4. 13	Hasil Analisis Regresi Berganda.....	84
Tabel 4. 14	Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	86



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Akses Pencarian toko Pisang Sharmee di Instagram 3

Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir 49

Gambar 4. 1 Hasil Uji Normalitas (Normal Probability Plot)..... 82

Gambar 4. 2 Hasil Uji Normalitas (Grafik Histogram)..... 82

Gambar 4. 3 Hasil Uji Heterokedastisitas..... 83

