

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI .	ii
LEMBAR PENGESAHAN.	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
ABSTRAK .	v
HALAMAN MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN .	vii
HALAMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang .	1
B. Rumusan Masalah .	11
C. Tujuan Penelitian .	11
D. Manfaat Penelitian .	11
E. Sistematika Penulisan .	12
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Deskripsi Teori .	14
1. <i>Theory Of Planned Behavior</i> .	14
2. Minat Beli .	16
3. <i>Islamic Branding</i> .	18
4. <i>Brand Ambassador</i> .	23
5. Harga .	28
B. Penelitian Terdahulu .	31
C. Kerangka Berpikir .	35
D. Hipotesis Penelitian .	36
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian .	41
B. Sumber Data .	41
C. Setting Penelitian .	42
D. Populasi dan Sampel .	43
E. Variabel Penelitian .	45
F. Definisi Operasional Variabel .	45
G. Teknik Pengumpulan Data .	48
H. Uji Validitas dan Reliabilitas .	50
I. Uji Asumsi Klasik .	51
1. Uji Normalitas .	51

2. Uji Multikolinearitas	52
3. Uji Heteroskedastisitas	52
J. Teknik Analisa Data	53
1. Regresi Linier Berganda	53
2. Koefisien Determinasi (R^2)	53
3. Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji T)	54
4. Uji Hipotesis Secara Simultan (Uji F)	54
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	
A. Gambaran Objek Penelitian	55
B. Gambaran Umum Responden	57
1. Deskripsi Karakteristik Responden	58
2. Deskripsi Angket	60
3. Analisis Statistik Deskriptif	67
C. Uji Validitas dan Reliabilitas	68
D. Uji Asumsi Klasik	71
1. Uji Normalitas	71
2. Uji Multikolinearitas	72
3. Uji Heteroskedastisitas	73
E. Teknik Analisa Data	74
1. Regresi Linier Berganda	74
2. Koefisien Determinasi (R^2)	76
3. Uji Parsial (Uji T)	76
4. Uji Simultan (Uji F)	78
F. Pembahasan Penelitian	79
1. Pengaruh <i>Islamic Branding</i> terhadap Minat Beli Produk Rejoice Hijab di Jepara	79
2. Pengaruh <i>Brand Ambassador</i> terhadap Minat Beli Produk Rejoice Hijab di Jepara	81
3. Pengaruh Harga terhadap Minat Beli Produk Rejoice Hijab di Jepara	83
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	85
B. Keterbatasan	86
C. Saran	86
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Daftar Shampo untuk Pengguna Hijab	2
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	31
Tabel 3.1 Tabel Penentuan Sampel <i>Isaac</i> dan <i>Michael</i>	44
Tabel 3.2 Variabel dan Indikator Penelitian	45
Tabel 3.3 Skor Skala Likert	49
Tabel 4.1 Karakteristik Responden	58
Tabel 4.2 Karakteristik Pekerjaan Responden	58
Tabel 4.3 Karakteristik Frekuensi Pembelian Responden	59
Tabel 4.4 Variabel <i>Islamic Branding</i>	60
Tabel 4.5 Variabel <i>Brand Ambassador</i>	62
Tabel 4.6 Variabel Harga	64
Tabel 4.7 Variabel Minat Beli	65
Tabel 4.8 Hasil Analisis Statistik Deskriptif	67
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Non Responden	69
Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas Non Responden	71
Tabel 4.11 Hasil Uji Normalitas	72
Tabel 4.12 Hasil Uji Multikolinearitas	73
Tabel 4.13 Hasil Uji Regresi Berganda	74
Tabel 4.14 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	76
Tabel 4.15 Hasil Uji T Responden	77
Tabel 4.16 Hasil Uji F Responden	79

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir	35
Gambar 2.2 Hipotesis <i>Islamic Branding</i>	36
Gambar 2.3 Hipotesis <i>Brand Ambassador</i>	37
Gambar 2.4 Hipotesis Harga	39
Gambar 4.1 Produk Rejoice Hijab	56
Gambar 4.2 Hasil Uji Hteroskedastisitas	73

