

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>NOTA PERSETUJUAN PEMBIMBING</b> .....	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN TESIS</b> .....	<b>iii</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN TESIS</b> .....	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>v</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK BAHASA ARAB</b> .....	<b>vii</b>
<b>MOTTO</b> .....	<b>viii</b>
<b>PERSEMBAHAN</b> .....	<b>ix</b>
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN</b> .....	<b>x</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>xv</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xviii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xix</b>
 <b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	6
C. Tujuan Penelitian .....	6
D. Manfaat Penelitian .....	7
E. Hipotesis Penelitian .....	8
F. Ruang Lingkup Penelitian .....	10
G. Penelitian Terdahulu dan Originalitas Penelitian .....	11
H. Definisi Operasional .....	16
I. Sistematika Penulisan Tesis.....	18
 <b>BAB II KAJIAN PUSTAKA</b>	
A. Landasan Teori .....	20
1. Teori <i>Planned of Behavior</i> .....	20
2. Minat Beli .....	29
3. <i>Repurchase Intention</i> .....	31
4. <i>Islamic Branding</i> .....	33
5. <i>E- Service Quality</i> .....	38
6. <i>E- WOM</i> .....	42
7. <i>Trust</i> .....	44

B. Prespektif Islam tentang Teori .....	46
1. <i>Repurchase Intention</i> .....	46
2. <i>Islamic Branding</i> .....	49
3. <i>E- Service Quality</i> .....	52
4. <i>E- WOM</i> .....	58
5. <i>Trust</i> .....	61
C. Kerangka Berfikir .....	62
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian .....	63
B. Variabel Penelitian .....	64
C. Populasi dan Sampel .....	64
D. Pengumpulan Data.....	65
E. Instrumen Penelitian .....	67
F. Uji Validitas dan Reliabilitas .....	69
G. Prosedur Penelitian .....	71
H. Analisis Data .....	72
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	
A. Gambaran Obyek Penelitian .....	79
B. Deskripsi Variabel Penelitian .....	80
C. Pengujian Hipotesis .....	80
D. Hasil Uji Instrumen .....	86
E. Pembahasan .....	99
<b>BAB V PENUTUP</b>	
A. Simpulan .....	107
B. Implikasi Teoritis .....	108
C. Saran .....	109
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN</b>	

**DAFTAR TABEL**

Tabel 1.1 Ruang Lingkup Penelitian .....	10
Tabel 1.1 Penelitian Terdahulu.....	11
Tabel 3.1 Instrumen Penelitian .....	67
Tabel 4.1 Hasil Islamic Branding .....	84
Tabel 4.2 Hasil E- Service Quality.....	85
Tabel 4.3 Hasil E-WOM .....	85
Tabel 4.2 Hasil Trust.....	86



**DAFTAR GAMBAR**

Gambar 1.1 Perkembangan Internet di Indonesia ..... 1  
Gambar 2.1 Kerangka Penelitian ..... 62  
Gambar 4.1 Statistik Deskriptif ..... 81

