

DAFTAR ISI

	Halaman
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>HALAMAN NOTA PERSETUJUAN PEMBIMBING</b> .....	ii
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	iii
<b>SURAT PERNYATAAN</b> .....	iv
<b>HALAMAN MOTTO</b> .....	v
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....	vi
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	vii
<b>ABSTRAK</b> .....	ix
<b>DAFTAR ISI</b> .....	x
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xiv
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xv
<b>BAB I : PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Kegunaan Hasil Penelitian .....	7
E. Sistematika Penulisan .....	7
<b>BAB II : LANDASAN TEORI</b>	
A. Deskripsi Teori.....	10
1. <i>Integrated Marketing Communication</i> .....	10
a. <i>Integrated Marketing Communication</i> Menurut Islam .	10
b. Pengertian <i>Integrated Marketing Communication</i> .....	12
c. Unsur <i>Integrated Marketing Communication</i> .....	14
1) <i>Personal Selling</i> .....	14
2) Promosi .....	15

3) Pemasaran Digital .....	17
4) <i>Advertising</i> / Periklanan .....	19
2. Kepercayaan .....	20
a. Pengertian Kepercayaan .....	20
b. Dimensi Kepercayaan .....	23
3. Citra Merek ( <i>Brand Association</i> ) .....	24
a. Pengertian Citra Merk .....	24
b. Fungsi Citra Merk .....	26
B. Hasil Penelitian Terdahulu.....	29
C. Kerangka Berpikir .....	32
D. Hipotesis Penelitian.....	33
1. Pengaruh <i>promotion</i> dengan citra merek .....	33
2. Pengaruh kepercayaan dengan citra merek .....	34
3. Pengaruh promosi dan kepercayaan dengan citra merek ....	34
 <b>BAB III : METODE PENELITIAN</b>	
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	35
B. Populasi dan Sampel .....	35
C. Tata Variabel Penelitian .....	37
D. Definisi Operasional .....	37
E. Sumber Data .....	39
F. Teknik Pengumpulan Data .....	39
G. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen .....	40
H. Uji Asumsi Klasik .....	40
I. Teknik Analisis Data .....	43
 <b>BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	
A. Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	48
1. Sejarah dan Perkembangan Tenun Troso Jepara .....	48

2. Struktur Organisasi Tenun Troso Jepara .....	48
3. Jangkauan Daerah Pemasaran Tenun Troso Jepara .....	51
4. Personalia Tenun Troso Jepara .....	51
5. Sistem Pengupahan/Penggajian Tenun Troso Jepara .....	52
6. Produksi Tenun Troso Jepara .....	53
7. Proses Produksi Tenun Troso Jepara .....	54
B. Gambaran Umum Subyek Penelitian .....	56
1. Jenis Kelamin Responden .....	56
2. Usia Responden .....	57
3. Tingkat Pendidikan Terakhir Responden .....	58
C. Deskripsi Data Penelitian.....	58
D. Uji Instrumen Penelitian .....	60
1. Uji Validitas Instrumen .....	60
2. Uji Reliabilitas Instrumen .....	63
E. Uji Asumsi Klasik.....	64
1. Uji Multikolinieritas.....	64
2. Uji Heterokedastisitas .....	65
3. Uji Autokorelasi.....	66
4. Uji Normalitas.....	66
F. Hasil Analisis Statistik .....	67
1. Analisis Regresi Linier Berganda .....	67
2. Uji t .....	68
3. Uji Statistik F.....	70
4. Koefisien Determinasi.....	70
G. Pembahasan .....	71
1. Pengaruh <i>Promotion</i> dengan Citra Merek pada Konsumen Tenun Troso Jepara.....	72
2. Pengaruh kepercayaan dengan Citra Merek pada Konsumen Tenun Troso Jepara.....	73

3. Pengaruh <i>Integrated Marketing Communication</i> dengan citra merek pada konsumen Tenun Troso Jepara .....	74
H. Implikasi Penelitian .....	76

**BAB V : PENUTUP**

A. Kesimpulan .....	77
B. Saran .....	77

**DAFTAR PUSTAKA**

**RIWAYAT HIDUP PENULIS**

**LAMPIRAN-LAMPIRAN**



DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
3.1 Definisi Operasional .....	37
3.2 Kaidah Pengambilan Keputusan Uji Autokorelasi .....	43
4.1 Data Tenaga Kerja Tenun Troso Jepara.....	52
4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	56
4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	57
4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan .....	58
4.5 Statistik Deskriptif .....	59
4.6 Hasil Uji Validitas Instrumen .....	61
4.7 Hasil Uji Validitas Instrumen.....	62
4.8 Hasil Uji Validitas Instrumen.....	62
4.9 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen .....	63
4.10 Hasil Uji Multikolinieritas .....	64
4.11 Hasil Uji Autokorelasi .....	66
4.12 Hasil Uji Normalitas .....	67
4.13 Hasil Regresi Linier Berganda .....	67
4.14 Hasil Uji t .....	69
4.15 Hasil Uji Statistik F .....	70
4.16 Hasil Koefisien Determinasi .....	71

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Nilai-Nilai Citra Merek .....	27
2.2 Kerangka Berpikir .....	33
4.1 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	65

