

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI.....	ii
PENGESAHAN MUNAQOSYAH	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
ABSTRAK	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN.....	vii
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xixiv
DAFTAR GRAFIK	xxv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	10
C. Tujuan Penelitian.....	10
D. Manfaat Penelitian.....	10
E. Sistematika Penulisan.....	11
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Deskripsi Teori.....	13
1. Teori Pemasaran.....	13
2. <i>Brand Image</i>	21
3. Harga.....	24
4. <i>Word Of Mouth</i>	29
5. Keputusan Pembelian.....	33
6. Industri Halal.....	36
B. Penelitian Terdahulu	37
C. Kerangka berfikir	44
D. Hipotesis.....	48
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	49
B. Setting Penelitian.....	53
C. Populasi dan Sampel Penelitian	53
D. Desain dan Definisi Operasional Variabel Penelitian .	55

E. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen	58
F. Teknik Pengumpulan Data	59
G. Teknik Analisis Data	62

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian	70
B. Hasil Penelitian	75
C. Analisis Data	82
D. Pembahasan Hasil Penelitian	98

BAB V PENUTUP

A. Simpulan	104
B. Keterbatasan Penelitian	105
C. Saran	106
D. Penutup	106

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Omset penjualan reshare Novie Jepara 2017	6
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	37
Tabel 2. 2 Perbandingan Penelitian Terdahulu dengan Penelitian Sekarang.....	44
Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel.....	56
Error! Bookmark not defined.	
Tabel 4. 1 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .	76
Tabel 4. 2 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	76
Tabel 4. 3 Hasil Penelitian <i>Brand Image</i>	77
Tabel 4. 4 Hasil Penelitian Harga.....	78
Tabel 4. 5 Hasil Penelitian <i>Word Of Mouth</i>	79
Tabel 4. 6 Hasil Penelitian Keputusan Pembelian	81
Tabel 4. 7 Validitas Instrumen Tryout Variabel <i>Brand Image</i>	83
Tabel 4. 8 Validitas Instrumen Tryout Variabel Harga.....	84
Tabel 4. 9 Validitas Instrumen Tryout Variabel <i>Word of Mouth</i>	85
Tabel 4. 10 Validitas Instrumen Tryout Variabel Keputusan Pembelian.....	86
Tabel 4. 11 Reliabilitas Instrumen Tryout Ringkasan Hasil Uji Reliabilitas	87
Tabel 4. 12 Hasil Uji Normalitas	88
Tabel 4. 13 Uji Multikolinearitas	90
Tabel 4. 14 Hasil Uji Heterokedastisitas	92
Tabel 4. 15 Analisis Regresi Linear Berganda.....	93
Tabel 4. 16 Analisis Koefisien Determinasi.....	96
Tabel 4. 17 Hasil Uji T.....	96
Tabel 4. 18 Hasil Uji F.....	98

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berfikir.....	47
Gambar 4. 1 contoh inner.....	72
Gambar 4. 2 contoh jilbab scarf.....	73
Gambar 4. 3 contoh bergo.....	73
Gambar 4. 4 contoh selendang.....	74
Gambar 4. 5 contoh gamis.....	75
Gambar 4. 6 Liniaritas pengaruh <i>brand image</i> , harga dan <i>word of mouth</i> terhadap keputusan pembelian.....	91



DAFTAR GRAFIK

Grafik 1. 1 Jumlah Penduduk Indonesia Menurut Agama (2010-2050).....	3
Grafik 1. 2 Statistik Ekonomi Kreatif	4

