

DAFTAR ISI

| | |
|---|-------------|
| HALAMAN JUDUL | i |
| PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI | ii |
| PENGESAHAN MUNAQOSYAH | iii |
| PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI | iv |
| ABSTRAK | v |
| MOTTO | vi |
| PERSEMBAHAN | vii |
| KATA PENGANTAR | viii |
| PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN | x |
| DAFTAR ISI | xii |
| DAFTAR TABEL | xv |
| DAFTAR GAMBAR | xvi |
| | |
| BAB I PENDAHULUAN | |
| A. Latar Belakang..... | 1 |
| B. Rumusan Masalah..... | 10 |
| C. Tujuan Penelitian..... | 10 |
| D. Manfaat Penelitian..... | 10 |
| 1. Manfaat Teoritis | 10 |
| 2. Manfaat Praktisi..... | 11 |
| E. Sistematika Penulisan | 11 |
| | |
| BAB II LANDASAN TEORI | |
| A. Deskripsi Teori | 13 |
| 1. <i>Theory of planned Behavior</i> | 13 |
| 2. Pemasaran Menurut Perspektif Islam | 14 |
| 3. <i>Digital Marketing</i> | 18 |
| 4. <i>Brand Image</i> | 21 |
| 5. <i>Islamic Branding</i> | 22 |
| 6. Minat Beli | 27 |
| B. Penelitian Terdahulu | 30 |
| C. Kerangka Berpikir | 33 |
| D. Hipotesis | 33 |
| | |
| BAB III METODE PENELITIAN | |
| A. Jenis dan Pendekatan Penelitian | 36 |
| B. Setting Penelitian..... | 36 |
| C. Populasi dan Sampel..... | 36 |

| | |
|--|----|
| 1. Populasi | 36 |
| 2. Sampel | 37 |
| D. Identifikasi Variabel | 38 |
| 1. Variabel Bebas (Independen) | 38 |
| 2. Variabel Terikat (Dependen) | 38 |
| E. Variabel Operasional | 38 |
| F. Teknik Pengumpulan Data | 40 |
| G. Teknik Analisis Data | 41 |
| 1. Uji Instrumen | 41 |
| 2. Uji Pra Syarat | 42 |
| 3. Uji Hipotesis | 43 |
| BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN | |
| A. Gambaran Umum Objek Penelitian | 45 |
| 1. Profil Hijab Ar Rafi | 45 |
| 2. Profil Desa Tanjungrejo | 48 |
| 3. Deskripsi Responden | 50 |
| 4. Deskripsi Jawaban Responden | 52 |
| B. Hasil Penelitian | 57 |
| 1. Uji Instrumen | 57 |
| 2. Uji Pra Syarat | 59 |
| 3. Uji Hipotesis | 61 |
| C. Pembahasan | 66 |
| 1. Pengaruh <i>Digital Marketing</i> Terhadap Minat Beli Hijab Ar Rafi Di Era Pandemi Covid-19 | 66 |
| 2. Pengaruh <i>Islamic Branding</i> Terhadap Minat Beli Hijab Ar Rafi Di Era Pandemi Covid-19 | 68 |
| 3. Pengaruh <i>Digital Marketing</i> dan <i>Islamic Branding</i> Terhadap Minat Beli Hijab Ar Rafi Di Era Pandemi Covid-19 | 70 |
| BAB V PENUTUP | |
| A. Simpulan | 73 |
| B. Implikasi | 73 |
| C. Keterbatasan | 74 |
| D. Saran | 74 |
| 1. Bagi Hijab Ar Rafi | 74 |
| 2. Bagi Konsumen | 75 |
| 3. Bagi Peneliti Selanjutnya | 75 |

**DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN-LAMPIRAN**



DAFTAR TABEL

| | |
|--|----|
| Tabel 1. 1 Pengguna <i>Digital Marketing</i> Hijab Ar Rafi..... | 5 |
| Tabel 1. 2 Penjualan Distributor Hijab Ar Rafi..... | 7 |
| Tabel 3. 1 Variabel Operasional..... | 39 |
| Tabel 4. 1 Jenis Produk Hijab Ar Rafi | 48 |
| Tabel 4. 2 Batas-Batas Wilayah Desa Tanjungrejo | 50 |
| Tabel 4. 3 Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan | 50 |
| Tabel 4. 4 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia..... | 51 |
| Tabel 4. 5 Deskripsi Responden Berdasarkan Pembelian | 52 |
| Tabel 4. 6 Hasil Jawaban Responden Variabel <i>Digital Marketing</i> | 52 |
| Tabel 4. 7 Hasil Jawaban Responden Variabel <i>Islamic Branding</i> | 54 |
| Tabel 4. 8 Hasil Jawaban Responden Variabel Minat Beli | 55 |
| Tabel 4. 9 Hasil Uji Validitas <i>Digital Marketing</i> | 57 |
| Tabel 4. 10 Hasil Uji Validitas <i>Islamic Branding</i> | 58 |
| Tabel 4. 11 Hasil Uji Validitas Minat Beli..... | 58 |
| Tabel 4. 12 Hasil Uji Reliabilitas | 59 |
| Tabel 4. 13 Hasil Uji Multikolinieritas | 59 |
| Tabel 4. 14 Hasil Uji Heteroskedastisitas | 60 |
| Tabel 4. 15 Hasil Uji Normalitas | 61 |
| Tabel 4. 16 Rangkuman Hasil Analisis X_1, X_2 , Terhadap Y .. | 62 |
| Tabel 4. 17 Hasil Uji t (Signifikansi Parameter Parsial)..... | 63 |
| Tabel 4. 18 Hasil Uji F (Signifikansi Parameter Simultan) | 65 |
| Tabel 4. 19 Hasil Koefisien Determinasi | 66 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|---|----|
| Gambar 1. 1 Data Pengguna Media Sosial di Indonesia | 4 |
| Gambar 1. 2 Data Pengguna Media Sosial Berdasarkan Usia di Indonesia | 5 |
| Gambar 2. 1 Kerangka Berfikir..... | 33 |
| Gambar 4. 1 Produk Hijab Ar Rafi | 46 |
| Gambar 4. 2 Pemilik atau Owner Hijab Ar Rafi Farichah Hanim | 47 |

