

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
ABSTRAK	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB – LATIN.....	
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL.....	
DAFTAR GAMBAR.....	
BAB 1 PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian	8
D. Manfaat Penelitian	9
E. Sistematika Penulisan	9
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Landasan Teori	11
1. Strategi Pemasaran	11
2. <i>Islamic Branding</i>	12
3. <i>E-WOM</i>	16
4. <i>Youtube</i>	20
B. Penelitian Terdahulu	22
C. Kerangka Berfikir	30
D. Hipotesis	31
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Jenis dan Pendekatan	32
B. <i>Setting</i> Penelitian	32
C. Populasi dan Sampel	32
D. Desain dan Definisi Operasional Variabel	34
E. Teknik Pengumpulan Data	37
F. Teknik Analisis Data	38

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Objek	43
1. Sejarah IAIN Kudus	43
2. Sejarah Wardah Kosmetik	46
3. Visi dan Misi Perusahaan	48
4. Islamic Branding Wardah	48
5. E-WOM Wardah.....	50
B. Deskripsi Identitas Responden	74
C. Deskripsi Jawaban Responden	51
D. Analisa Data	59
E. Pembahasan.....	70

BAB V PENUTUP

A. Simpulan	73
B. Penutup.....	74

DAFTAR PUSTAKA**LAMPIRAN-LAMPIRAN****DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Top Brand Award.....	3
Tabel 2. 1 Hasil Penelitian Terdahulu	27
Tabel 3. 1 Populasi	33
Tabel 3. 2 Definisi Operasional.....	35
Tabel 4. 1 Populasi	46
Tabel 4. 2 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	51
Tabel 4. 3 Deskripsi Responden Berdasarkan Program Studi.....	52
Tabel 4. 5 Deskripsi Responden Berdasarkan Berapa Lama Menggunakan Produk Wardah Frekuensi Variabel Islamic Branding	52
Tabel 4. 7 Frekuensi Variabel E-WOM	53
Tabel 4. 8 Frekuensi Variabel Keputusan Pembelian	54
Tabel 4. 9 Hasil Pengujian Validitas Variabel Islamic Branding	55
Tabel 4. 10 Hasil Pengujian Validitas Variabel E-WOM	57
Tabel 4. 11 Hasil Pengujian Validitas Variabel Keputusan Pembelian.....	60
Tabel 4. 12 Hasil Pengujian Realibilitas Instrumen	60
Tabel 4. 13 Hasil Pengujian Multikolinieritas.....	61
Tabel 4. 14 Hasil Pengujian Autokorelasi.....	62
Tabel 4. 15 Hasil Pengujian Regresi Linear Berganda	62
Tabel 4. 16 Hasil Pengujian Statistik t	63
Tabel 4. 17 Hasil Pengujian Statistik F	67
Tabel 4. 18 Koefisien Determinasi.....	68

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Beauty Vlogger bernama Fatya Biya yang mereview produk kosmetik Wardah	7
Gambar 1. 2 Beauty Vlogger bernama Suhay Salim yang mereview produk kosmetik Wardah	7
Gambar 2. 1 Logo Label Halal MUI.....	15
Gambar 2. 2 Aplikasi YouTube	21
Gambar 2. 3 Kerangka Pemikiran	31
Gambar 4. 1 Hasil Pengujian Normalitas Histogram	64
Gambar 4. 2 Hasil Pengujian Normalitas.....	65
Gambar 4. 3 Hasil Pengujian Heteroskedastisitas.....	66

