

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI	ii
PENGESAHAN PEMBIMBING SKRIPSI	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
ABSTRAK	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	10
C. Tujuan Penelitian	10
D. Manfaat Penelitian	10
E. Sistematika Penulisan	11
BAB II LANDASAN TEORI	
A. <i>Theory of Planned Behavior (TPB)</i>	13
B. Religiusitas	15
1. Definisi Religiusitas	15
2. Dimensi Religiusitas	16
C. Gaya Hidup	17
1. Definisi Gaya Hidup	17
2. Skala Gaya Hidup	18
3. Dimensi Gaya Hidup	18
D. Sosial Media Marketing	19
1. Pengertian Sosial Media	19
2. Pengertian Sosial Media <i>Marketing</i>	19
3. Dimensi Sosial Media <i>Marketing</i>	20
4. Jenis-jenis Sosial Media <i>Marketing</i>	21
E. Minat Beli	23
F. Produk <i>Moslem Fashion</i>	24
1. Produk	24
2. <i>Moslem Fashion</i>	24
3. Fungsi Pakaian Dalam Ajaran Islam	26
G. Penelitian Terdahulu	27
H. Kerangka Berfikir	33
I. Hipotesis	34

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian	37
B. Populasi dan Sampel	37
1. Populasi	37
2. Sampel	37
C. Identifikasi Variabel.....	38
D. Definisi Operasional	39
E. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen	44
1. Uji Validitas	44
2. Uji Reabilitas	45
F. Teknik Pengumpulan Data.....	45
1. Kuesioner	45
2. Observasi	45
G. Teknik Analisis Data.....	46
1. Uji Asumsi Klasik	46
2. Analisis Regresi Berganda	47

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian	49
1. Sejarah Singkat Berdiri Butik Icha Collection	49
2. Visi, Misi, dan Tujuan	49
3. Struktur Organisasi	50
4. Produk	50
5. Pemasaran.....	51
B. Karakteristik Penelitian	52
1. Berdasarkan Asal Kota Responden	52
2. Berdasarkan Agama Responden	52
3. Berdasarkan Jenis Kelamin Responden	53
4. Berdasarkan Usia Responden	53
5. Berdasarkan Pekerjaan Responden	54
C. Distribusi Frekuensi Jawaban Responden	54
D. Uji Validitas dan Reabilitas	64
E. Analisis Data Penelitian	67
1. Uji Asumsi Klasik	67
2. Analisis Regresi Berganda	70
F. Pembahasan	75

BAB V PENUTUP

A. Simpulan	80
B. Saran	80

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1: Data Penjualan di Butik Icha Collection 2021	4
Tabel 1.2: Link Sosial Media <i>Marketing</i> Butik Icha Collection	5
Tabel 3.1: Definisi Operasional	39
Tabel 4.1: Asal Kota Responden	52
Tabel 4.2: Agama Responden	53
Tabel 4.3: Jenis Kelamin Responden	53
Tabel 4.4: Usia Responden	53
Tabel 4.5: Pekerjaan Responden	54
Tabel 4.6: Frekuensi Jawaban Responden Variabel Religiusitas .	55
Tabel 4.7: Frekuensi Jawaban Responden Variabel Gaya Hidup .	58
Tabel 4.8: Frekuensi Jawaban Responden Variabel Sosial Media <i>Marketing</i>	60
Tabel 4.9: Frekuensi Jawaban Responden Variabel Minat Beli ...	63
Tabel 4.10: Hasil Uji Validitas Instrumen	64
Tabel 4.11: Hasil Uji Reabilitas	66
Tabel 4.12: Hasil Uji Normalitas	68
Tabel 4.13: Hasil Uji Heteroskedastisitas	69
Tabel 4.14: Hasil Uji Multikolinearitas	71
Tabel 4.15: Hasil Uji Regresi Linier Berganda	72
Tabel 4.16: Hasil Uji Koefisien Determinan	73
Tabel 4.17: Hasil Uji F	74
Hasil 4.18: Hasil Uji T	74

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1: Kerangka Berfikir 34

