

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI.....	ii
PENGESAHAN MUNAQOSAH	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
ABSTRAK	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN.....	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Tujuan Penelitian	9
D. Manfaat Penelitian	9
E. Sistematika Penulisan.....	10
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Deskripsi Teori.....	12
1. Theory Of Planned Behavior	12
2. Pemasaran	15
3. Advertising	16
4. Islamic Branding.....	17
a. Pengertian Islamic Branding	17
b. Klasifikasi Islamic Branding	19
c. Indikator Islamic Branding	20
5. Celebrity Endorser.....	20
a. Pengertian Celebrity Endorser	20
b. Faktor-Faktor Pemilihan Celebrity Endorser	22
c. Keuntungan Celebrity Endorser.....	23
d. Dimensi Celebrity Endorser.....	24
e. Indikator Celebrity Endorser.....	25
6. Kualitas Produk	27
a. Pengertian Kualitas Produk.....	27

b.	Indikator Kualitas Produk	28
7.	Minat Beli	30
a.	Pengertian Minat Beli	30
b.	Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli	31
c.	Indikator Minat Beli	35
B.	Penelitian Terdahulu	36
C.	Kerangka Berfikir	40
D.	Hipotesis	40

BAB III METODE PENELITIAN

A.	Jenis dan Pendekatan Penelitian	43
B.	Setting Penelitian	43
C.	Populasi dan Sampel	43
1.	Populasi	43
2.	Sampel	44
D.	Sumber Data	45
1.	Data Primer	45
2.	Data Sekunder	45
E.	Desain dan Definisi Operasional Variabel	46
1.	Variabel Penelitian	46
2.	Definisi Operasional Variabel	46
F.	Teknik Pengumpulan Data	50
G.	Teknik Analisis Data	51
1.	Uji Instrumen	51
a.	Uji Validitas	51
b.	Uji Reliabilitas	51
2.	Uji Asumsi Klasik	51
a.	Uji Normalitas	52
b.	Uji Heteroskedastisitas	52
c.	Uji Multikolonieritas	54
3.	Uji Hipotesis	54
a.	Analisis Regresi Berganda	54
b.	Koefisien Determinasi (R^2)	55
c.	Uji Signifikansi Parameter Simultan (Uji F)	55
d.	Uji Signifikansi Parameter Parsial (Uji T)	56

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A.	Hasil Penelitian	57
1.	Deskripsi Objek Penelitian	57
a.	Profil Ar Rafi	57
b.	Profil Kota Kudus	60

2.	Deskripsi Responden	62
3.	Deskripsi Jawaban Responden	66
4.	Analisis Data.....	84
	a. Hasil Uji Instrumen.....	84
	1) Uji Validitas.....	84
	2) Uji Reliabilitas.....	87
	b. Hasil Uji Asumsi Klasik	88
	1) Uji Normalitas.....	88
	2) Uji Heteroskedastisitas	89
	3) Uji Multikolonieritas.....	90
	c. Hasil Uji Hipotesis.....	91
	1) Analisis Regresi Berganda.....	91
	2) Koefisien Determinasi (R^2).....	93
	3) Uji Signifikansi Parameter Simultan (Uji F).....	93
	4) Uji Signifikansi Parameter Parsial (Uji T).....	94
B.	Pembahasan.....	97
	1. Pengaruh Islamic Branding Terhadap Minat Beli.....	97
	2. Pengaruh Celebrity Endorser Terhadap Minat Beli.....	100
	3. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli.....	102
BAB V PENUTUP		
A.	Simpulan	106
B.	Keterbatasan.....	106
C.	Saran.....	106
DAFTAR PUSTAKA		
LAMPIRAN-LAMPIRAN		
DAFTAR RIWAYAT HIDUP		

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Daftar Negara Pengembang <i>Fashion</i> Muslim Terbaik	1
Tabel 1.2 TOP Brand Index Busana Mulim Fase 2 2020	5
Tabel 2.1 Hasil Penelitian Terdahulu	37
Tabel 3.1 Penentuan Jumlah Sampel Menurut Sugiyono	44
Tabel 3.2 Definisi Operasional	47
Tabel 3.3 Skala Likert	51
Tabel 4.1 Jenis Produk Ar Rafi	59
Tabel 4.2 Statistik Deskriptif	66
Tabel 4.3 Distribusi Frekuensi Islamic Branding	67
Tabel 4.4 Distribusi Frekuensi Celebrity Endorser	70
Tabel 4.5 Distribusi Frekuensi Kualitas Produk	77
Tabel 4.6 Distribusi Frekuensi Minat Beli	82
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Islamic Branding	84
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Celebrity Endorser	84
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Kualitas Produk	86
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Minat Beli	87
Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas	87
Tabel 4.12 Hasil Uji Normalitas	88
Tabel 4.13 Hasil Uji Glejser	90
Tabel 4.14 Hasil Uji Multikolonieritas	90
Tabel 4.15 Hasil Uji Regresi Berganda	91
Tabel 4.16 Hasil Uji Koefisien Determinasi	93
Tabel 4.17 Hasil Uji F	94
Tabel 4.18 Hasil Uji t	95

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 TPB.....	13
Gambar 2.2 Kerangka Berfikir.....	40
Gambar 4.1 Logo Ar Rafi.....	57
Gambar 4.2 Owner Ar Rafi.....	59
Gambar 4.3 Produk Ar Rafi.....	60
Gambar 4.4 Data Alamat Responden.....	62
Gambar 4.5 Data Usia Responden.....	63
Gambar 4.6 Data Jenis Kelamin Responden.....	63
Gambar 4.7 Data Pendidikan Responden.....	64
Gambar 4.8 Data Pekerjaan Responden.....	65
Gambar 4.9 Data Pendapatan Responden.....	65
Gambar 4.10 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	89

