

DAFTAR ISI

HALAMAN COVER.....	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI.....	ii
PENGESAHAN MUNAQOSYAH.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
ABSTRAK.....	v
MOTTO.....	vi
PERSEMBAHAN.....	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN.....	viii
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian.....	8
D. Manfaat Penelitian.....	8
E. Sistematika Penulisan.....	9
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Deskripsi Teori.....	11
1. Minat Beli	11
2. Desain Produk.....	14
3. <i>Content Marketing</i>	18
4. <i>Brand Image</i>	21
B. Penelitian Terdahulu.....	25
C. Kerangka Berfikir.....	27
D. Hipotesis.....	29
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	31
B. <i>Setting</i> Penelitian.....	31
C. Populasi dan Sampel.....	31
D. Variabel Penelitian	33
E. Variabel Operasional.....	34
F. Teknik Pengumpulan Data	36
G. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen	37
H. Uji Asumsi Klasik	38
I. Analisis Data	39
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Hasil Penelitian.....	42
1. Gambaran Objek Penelitian	42

2. Deskripsi Data Penelitian.....	46
3. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	50
4. Uji Asumsi Klasik.....	51
5. Analisis Data.....	55
B. Pembahasan	59
1. Pengaruh Desain Produk terhadap Minat Beli Konsumen pada UD. Zaen's Collection Kudus	59
2. Pengaruh <i>Content Marketing</i> terhadap Minat Beli Konsumen pada UD. Zaen's Collection Kudus	60
3. Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap Minat Beli Konsumen pada UD. Zaen's Collection Kudus	61
4. Pengaruh Desain Produk, <i>Content Marketing</i> , dan <i>Brand Image</i> terhadap Minat Beli Konsumen pada UD. Zaen's Collection Kudus	63
BAB V PENUTUP	
A. Simpulan.....	65
B. Keterbatasan Penelitian	66
C. Saran.....	66
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Produk Retur UD. Zaen's Collection Kudus Bulan Agustus 2021-Januari 2022.....	3
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	25
Tabel 3.1 Definisi Operasional.....	34
Tabel 3.2 Skala Likert	37
Tabel 4.1 Data Berdasarkan Usia	46
Tabel 4.2 Data Berdasarkan Pekerjaan.....	46
Tabel 4.3 Frekuensi Desain Produk (X1).....	47
Tabel 4.4 Frekuensi <i>Content Marketing</i> (X2).....	48
Tabel 4.5 Frekuensi <i>Brand Image</i> (X3).....	49
Tabel 4.6 Frekuensi Minat Beli (Y).....	49
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Instrumen.....	50
Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen	51
Tabel 4.9 Hasil Uji Multikolinieritas.....	52
Tabel 4.10 Hasil Uji Autokorelasi.....	52
Tabel 4.11 Data Pengujian Kolmogorov-Smirnov	54
Tabel 4.12 Hasil Analisis Regresi Berganda	55
Tabel 4.13 Hasil Uji t (Parsial).....	57
Tabel 4.14 Hasil Uji f	58
Tabel 4.15 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	58

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berfikir	25
Gambar 4.1 Struktur Organisasi UD. Zaen's Collection	44
Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas (Grafik Histogram)	53
Gambar 4.3 Hasil Uji Normalitas (Normal Probability Plot)	53
Gambar 4.4 Hasil Uji Heterokedastisitas	55

