

**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 .....	ix
KATA PENGANTAR .....	x
DAFTAR ISI .....	xii
DAFTAR TABEL .....	xv
DAFTAR GAMBAR .....	xvi
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah .....	6
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Manfaat Penelitian.....	7
E. Sistematika Penulisan.....	8
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b>	
A. Deskripsi Teori.....	10
1. <i>Theory Reasoned Action (TRA)</i> .....	10
2. <i>E-Service Quality</i> .....	11
a. Pengertian <i>E-Service Quality</i> .....	11
b. Dimensi <i>E-Service Quality</i> .....	11
c. Indikator <i>E-Service Quality</i> .....	13
3. <i>Viral Marketing</i> .....	14
a. Pengertian <i>Viral Marketing</i> .....	14
b. Strategi <i>Viral Marketing</i> .....	14
c. Indikator <i>Viral Marketing</i> .....	15
4. <i>Religiusitas</i> .....	15
a. Pengertian <i>Religiusitas</i> .....	15
b. Dimensi <i>Religiusitas</i> .....	16
c. Berpakaian yang Menutup Aurat Bagi Wanita Muslim.....	18
d. Indikator <i>Religiusitas</i> .....	18
5. <i>Purchase Intention</i> .....	19
a. Pengertian <i>Purchase Intention</i> .....	19
b. Dimensi <i>Purchase Intention</i> .....	20
c. Indikator <i>Purchase Intention</i> .....	20

B. Penelitian Terdahulu.....	21
C. Kerangka Berfikir.....	23
D. Hipotesis.....	23
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	27
B. Setting Penelitian.....	27
C. Populasi dan Sampel.....	28
D. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel.....	29
E. Sumber Data Penelitian.....	31
F. Teknik Pengumpulan Data.....	32
G. Teknik Analisis Data.....	33
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	38
1. Sejarah Singkat Berdirinya Raffaza Kudus.....	38
2. Visi, Misi dan Tujuan.....	38
3. Proses Produksi di Raffaza Kudus.....	39
4. Pemasaran Produk Raffaza Kudus.....	39
5. Struktur Organisasi Raffaza Kudus.....	40
B. Deskripsi Karakteristik Responden.....	40
1. Jenis Kelamin Responden.....	41
2. Usia Responden.....	41
3. Pekerjaan Responden.....	41
4. Media Sosial yang Sering Dikunjungi Responden.....	42
5. E-Commerce yang Sering Dikunjungi Responden.....	42
C. Deskripsi Data Penelitian.....	43
1. Variabel <i>E-Service Quality</i> (X1).....	43
2. Variabel <i>Viral Marketing</i> (X2).....	44
3. Variabel <i>Religiusitas</i> (X3).....	46
4. Variabel <i>Purchase Intention</i> (Y).....	47
D. Hasil Uji Instrumen.....	48
1. Uji Validitas.....	48
2. Uji Reliabilitas.....	51
E. Pembahasan.....	62
1. Pengaruh <i>E-Service Quality</i> terhadap <i>Purchase Intention</i> .....	62
2. Pengaruh <i>Viral Marketing</i> terhadap <i>Purchase Intention</i> .....	62
3. Pengaruh <i>Religiusitas</i> terhadap <i>Purchase Intention</i> .....	63
<b>BAB V PENUTUP</b>	
A. Kesimpulan.....	65
B. Saran.....	66

DAFTAR PUSTAKA  
LAMPIRAN-LAMPIRAN



## DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1. Penelitian Terdahulu.....	21
Tabel 3. 1. Desain dan Definisi Operasional Variabel .....	30
Tabel 4. 1. Deskripsi Responden Berdasarkan Usia.....	41
Tabel 4. 2. Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	41
Tabel 4. 3. Deskripsi Responden BerdasarkanMedia sosial yang Sering Dikunjungi .....	42
Tabel 4. 4. Deskripsi Responden Berdasarkan <i>E-Commerce</i> yang Sering Dikunjungi .....	43
Tabel 4. 5. Deskripsi Jawaban Variabel <i>E-Service Quality</i> .....	43
Tabel 4. 6. Deskripsi Jawaban Variabel <i>Viral Marketing</i> .....	45
Tabel 4. 7. Deskripsi Jawaban Variabel <i>Religiusitas</i> .....	46
Tabel 4. 8. Deskripsi Jawaban Variabel <i>Purchase Intention</i> .....	47
Tabel 4. 9. Hasil Uji Validitas Variabel <i>E-Service Quality</i> .....	49
Tabel 4. 10. Hasil Uji Validitas Variabel <i>Viral Marketing</i> .....	49
Tabel 4. 11. Hasil Uji Validitas Variabel <i>Religiusitas</i> .....	50
Tabel 4. 12. Hasil Uji Validitas Variabel <i>Purchase Intention</i> .....	50
Tabel 4. 13. Hasil Uji Reliabilitas .....	51
Tabel 4. 14. Hasil Uji Normalitas.....	52
Tabel 4. 15. Hasil Uji Multikolinieritas.....	53
Tabel 4. 16. Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	54
Tabel 4. 17. Hasil Uji Autokorelasi.....	56
Tabel 4. 18. Hasil Uji Regresi Berganda.....	56
Tabel 4. 19. Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	58
Tabel 4. 19. Hasil Uji Statistik F .....	59
Tabel 4. 19. Hasil Uji T Parsial .....	60

**DAFTAR GAMBAR**

Gambar 2. 1 Bagan Kerangka Berpikir .....	23
Gambar 4. 1 Bagan Proses Kegiatan Produksi .....	39
Gambar 4. 2 Bagan Struktur Organisasi .....	40
Gambar 4. 3 Hasil Uji Normalitas Histogram .....	52
Gambar 4. 4 Hasil Uji Normalitas <i>Probability Plot</i> .....	53
Gambar 4. 5 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	55

