

## DAFTAR ISI

Halaman Sampul Luar .....	i
Halaman Sampul Dalam .....	ii
Halaman Perstujuan .....	iii
Halaman Pengesahan .....	iv
Halaman Motto.....	v
Halaman Persembahan .....	vi
Kata Pengantar .....	vii
Daftar Isi.....	ix
Daftar Tabel .....	xiii
Daftar Lampiran .....	xiv
Abstrak .....	xv
Abstract .....	xvi

### **BAB I PENDAHULUAN**

A. Latar Belakang .....	1
B. Identifikasi Masalah .....	13
C. Rumusan Masalah .....	15
D. Tujuan Penelitian .....	15
E. Kegunaan Penelitian.....	16
1. Kegunaan Teoritis .....	16
2. Kegunaan Praktis .....	16
F. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian .....	17
G. Penegasan Istilah.....	18
1. Definisi konseptual.....	18
H. Sistematika Penulisan Skripsi .....	21

### **BAB II LANDASAN TEORI**

A. Manajemen Pemasaran.....	23
-----------------------------	----

1. Definisi Manajemen Pemasaran .....	23
2. Konsep Pemasaran .....	25
B. Minat Beli .....	27
1. Definisi Minat Beli.....	27
2. Aspek-Aspek Minat Beli.....	28
3. Paradigma Islam Tentang Minat Beli .....	33
C. Media Sosial.....	35
1. Definisi Media Sosial.....	35
2. Karakteristik Media Sosial.....	36
3. Paradigma Islam Tentang Media Sosial.....	40
D. Harga .....	43
1. Definisi Harga .....	43
2. Indikator Harga .....	44
3. Paradigma Islam Tentang Harga.....	46
E. Variasi Produk.....	49
1. Definisi Variasi Produk.....	49
2. Indikator Variasi Produk.....	51
3. Paradigma Islam Tentang Variasi Produk .....	52
F. Hubungan Media Sosial, Harga dan Variasi Produk Terhadap Minat Beli .....	54
1. Hubungan Media Sosial Terhadap Minat Beli.....	54
2. Hubungan Harga Terhadap Minat Beli .....	56
3. Hubungan Variasi Produk Terhadap Minat Beli.....	58
4. Hubungan Media Sosial, Harga dan Variasi Produk Secara Bersamaan Terhadap Minat Beli .....	59
G. Penelitian Terdahulu .....	60
H. Kerangka Konseptual .....	69
I. Hipotesis Penelitian.....	69
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	63
B. Populasi, <i>Sampling</i> dan Sampel .....	63

1. Populasi.....	63
2. <i>Sampling</i> .....	64
3. Sampel Penelitian.....	65
C. Sumber Data, Variabel dan Skala Pengukuran .....	66
1. Sumber Data.....	66
2. Variabel.....	66
3. Definisi Operasional Variabel.....	67
4. Skala Pengukuran.....	70
D. Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian.....	71
1. Teknik Pengumpulan Data.....	71
2. Instrument Penelitian .....	71
E. Teknik Analisa Data.....	75
1. Uji Validitas .....	75
2. Uji Reabilitas.....	75
3. Uji Asumsi Klasik.....	76
4. Analisis Regresi Linear Berganda.....	78
5. Uji Hipotesis .....	78
6. Uji Koefisien Determinasi .....	79
F. Definisi dan Konsep Operasional .....	80
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN</b>	
A. Deskripsi Lokasi Penelitian.....	82
B. Karakteristik Responden .....	83
1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	84
2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	84
3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	86
4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan .....	87
C. Karakteristik Sampel.....	88
1. Berdasarkan Frekuensi Pembelian 3 Bulan Terakhir.....	88
2. Berdasarkan Frekuensi Melihat Promosi di Sosial Media .....	89
3. Mengikuti Akun Media Sosial <i>Instagram</i> Toko Cahaya Jilbab 2 Tulungagung .....	90

4. Menggunakan Produk dari Toko Cahaya Jilbab 2 Tulungagung.....	90
D. Hasil Kuisisioner Responden.....	91
E. Hasil Pengujian dan Analisis Data.....	96
1. Hasil Uji Validitas.....	96
2. Hasil Uji Reabilitas .....	99
3. Hasil Uji Asumsi Klasik .....	100
4. Persamaan Regresi Linear Berganda .....	104
5. Hasil Uji Hipotesis .....	106
6. Hasil Uji Koefisien Determinan .....	110

## **BAB V PEMBAHASAN**

A. Pengaruh Media Social Secara Signifikan Terhadap Minat Beli Toko Cahaya Jilbab 2 Tulungagung.....	111
B. Pengaruh Harga Secara Signifikan Terhadap Minat Beli Toko Cahaya Jilbab 2 Tulungagung.....	113
C. Pengaruh Variasi Produk Secara Signifikan Terhadap Minat Beli Toko Cahaya Jilbab 2 Tulungagung.....	115
D. Pengaruh Media Social, Harga Dan Variasi Produk Secara Bersamaan Dan Signifikan Terhadap Minat Beli Toko Cahaya Jilbab 2 Tulungagung ..	118
E. Kerangka Konseptual Setelah Penelitian .....	123

## **BAB VI PENUTUP**

A. Kesimpulan .....	124
B. Saran.....	124

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **LAMPIRAN**