

DAFTAR ISI

Halaman

COVER.....	i
PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRACT	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	12
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	13
1.3.1 Tujuan Penelitian	13
1.3.2 Manfaat Penelitian	13

1.4	Sistematika Penulisan	14
BAB II		16
TINJAUAN PUSTAKA		16
2.1	Landasan Teori	16
2.1.1	Pemasaran	16
2.1.2	Periklanan	17
2.1.3	Religiusitas	20
2.1.4	Agama dan Periklanan	21
2.1.5	Iklan Islami	22
2.1.6	Brand Image.....	28
2.1.7	Minat Beli	29
2.1.8	Keputusan Pembelian	30
2.2	Penelitian Terdahulu.....	35
2.3	Kerangka Pemikiran	42
2.4	Hipotesis	43
BAB III		44
METODE PENELITIAN		44
3.1	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	44
3.1.1	Variabel Penelitian.....	44
3.2	Populasi dan Sampel.....	46
3.2.1	Populasi Penelitian.....	46
3.2.2	Sampel Penelitian	47
3.3	Jenis dan Sumber Data	48
3.3.1	Jenis Data.....	48

3.3.2	Sumber Data	49
3.4	Metode Pengumpulan Data	49
3.5	Metode Analisis Data	50
3.5.1	Analisis Structural Equation Model (SEM).....	51
BAB IV	60
HASIL DAN PEMBAHASAN		60
4.1	Gambaran Objek Penelitian.....	60
4.1.1	Deskripsi Umum Sunsilk Hijab Refresh.....	60
4.2	Gambaran Umum Responden.....	60
4.2.1	Usia Responden	61
4.2.2	Angkatan Kuliah Responden	61
4.2.3	Fakultas Responden	62
4.3	Hasil Analisis.....	63
4.3.1	Uji Instrumen	63
4.3.2	Deskripsi Variabel Penelitian	64
4.3.3	Analisis SEM	67
4.3.5	Analisis Full Model SEM	73
4.4	Pembahasan	82
BAB V	85
PENUTUP		85
5.1	Kesimpulan.....	85
5.2	Implikasi Teoritis.....	86
5.3	Implikasi Manajerial.....	87
5.4	Keterbatasan Penelitian	89

5.5 Saran Penelitian Mendatang	90
DAFTAR PUSTAKA.....	91
LAMPIRAN	95