

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PERNYATAAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI</b> .....	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN</b> .....	<b>v</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xviii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	7
C. Tujuan Penelitian .....	8
D. Kegunaan Penelitian .....	8
1. Akademis .....	8
2. Praktis .....	8
E. Kajian Penelitian Terdahulu .....	9
F. Kerangka berpikir .....	13
G. Hipotesis Penelitian .....	17
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN TEORI</b>	
A. Konsep dan Teori .....	18
1. Periklanan .....	18
a. Pengertian Periklanan .....	18
b. Tujuan Periklanan .....	19
c. Kekuatan periklanan ditelevisi .....	21
d. Tahapan dalam periklanan .....	21
e. Unsur-unsur periklanan .....	22
f. Iklan dalam pandangan Islam .....	23
2. <i>Celebrity endorser</i> .....	28

a.	Pengertian <i>Celebrity endorser</i> .....	28
b.	Karakteristik <i>Celebrity endorser</i> .....	29
c.	Indikator <i>Celebrity endorser</i> .....	30
d.	Fungsi dan manfaat penggunaan selebriti .....	31
e.	Keuntungan menggunakan <i>celebrity endorser</i> .....	32
f.	Risiko yang ditimbulkan dari penggunaan <i>celebrity endorser</i> .....	32
g.	Kajian syariah tentang <i>celebrity endorser</i> .....	33
3.	Harga .....	37
a.	Pengertian Harga .....	37
b.	Metode penetapan harga .....	39
c.	Tujuan metode penetapan harga .....	40
d.	Faktor Pertimbangan dalam Penetapan Harga .....	41
e.	Strategi penyesuaian harga .....	42
f.	Tujuan penetapan harga .....	42
g.	Indikator harga .....	43
h.	Peranan harga dalam proses keputusan pembelian .....	46
i.	Kebijaksanaan harga .....	46
j.	Potongan harga .....	47
k.	Konsep harga menurut Imuwan Muslim .....	48
l.	Kajian syariah tentang harga .....	58
4.	Minat Beli .....	62
a.	Pengertian minat beli .....	62
b.	Faktor yang mempengaruhi minat beli .....	63
c.	Indikator minat beli .....	66
d.	Aspek-aspek minat beli .....	66
e.	Proses pengambilan keputusan pembelian .....	68
f.	Kajian syariah tentang minat beli .....	69

### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

A.	Objek Penelitian .....	71
B.	Metode Penelitian .....	71

C. Jenis data dan Operasional Variabel .....	71
D. Sumber Data .....	73
1. Populasi dan Sampel .....	73
E. Teknik Pengumpulan Data .....	74
1. Kuesioner .....	74
2. Wawancara .....	76
3. Studi kepustakaan .....	76
F. Analisis Data .....	76
1. Validitas dan Reliabilitas .....	76
2. Analisis Deskriptif .....	82
3. Analisis Kuantitatif .....	83
a. Analisis Regresi sederhana .....	84
b. Analisis regresi berganda .....	87
c. Analisis Korelasi .....	85
d. Analisis Koefisien Determinasi .....	86
e. Uji t .....	86
f. Uji F .....	87

#### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

A. Hasil Penelitian .....	89
1. Gambaran umum objek penelitian.....	89
a. Sejarah berdirinya CV. Rabbani Asysa.....	89
b. Visi, Misi, CV. Rabbani Asysa .....	91
c. Logo Rabbani .....	91
d. Budaya Organisasi CV. Rabbani Asysa .....	92
e. <i>Corporate Value</i> CV. Rabbani Asysa .....	92
f. Cabang CV. Rabbani Asysa .....	94
g. Produk-produk CV. Rabbani Asysa .....	96
h. Harga-harga produk CV. Rabbani Asysa .....	97
i. Strategi penjualan CV. Rabbani Asysa .....	97
j. Penghargaan yang didapatkan CV. Rabbani Asysa .....	98
k. Karakteristik pemasaran syariah CV. Rabbani Asysa .....	98

2. Hasil Analisis Variabel .....	102
a. Analisis Deskriptif .....	102
3. Uji Hipotesis .....	130
B. Pembahasan .....	144
1. Pengaruh <i>Celebrity Endorser</i> terhadap Minat Beli.....	144
2. Pengaruh Harga terhadap Minat Beli .....	145
3. Pengaruh <i>Celebrity endorser</i> dan Harga terhadap Minat beli.	146
<b>BAB V PENUTUP</b>	
A. Kesimpulan .....	148
B. Rekomendasi .....	149
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>150</b>
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP</b>	
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN</b>	

