

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI</b> .....	<b>i</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIARISME</b> .....	<b>iii</b>
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI</b> .....	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>v</b>
<b>RIWAYAT HIDUP PENELITI</b> .....	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Perumusan Masalah .....	14
C. Tujuan Penelitian .....	14
D. Manfaat Penelitian .....	15
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>16</b>
A. Kajian Penelitian Terdahulu.....	16
B. Konsep dan Teori .....	23
1. Ekonomi Syariah ( <i>Grand Theory</i> ).....	23
2. Kualitas Konten.....	26
3. Iklan <i>Social media</i> .....	29
4. <i>Islamic branding</i> .....	34
5. <i>Engagement Social media</i> .....	37
6. Religiusitas .....	42
C. Kerangka Berpikir.....	45
D. Hipotesis.....	49
<b>BAB III METODELOGI PENELITIAN</b> .....	<b>51</b>
A. Metode dan Pendekatan .....	51
B. Jenis dan Sumber Data .....	52
C. Populasi dan Sampel .....	52
D. Operasionalisasi Variabel.....	55

E. Teknik Pengumpulan Data.....	58
F. Teknik Analisis Data.....	59
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>64</b>
A. Objek Penelitian.....	64
B. Pengujian Hasil Penelitian.....	68
C. Analisis Kualitas Data.....	79
D. Pembahasan.....	93
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>101</b>
A. Kesimpulan.....	101
B. Saran.....	102
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>104</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>111</b>

