

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Dan Pembatasan Masalah	10
1.2.1 Identifikasi Masalah	10
1.2.2 Pembatasan Masalah	11
1.3 Perumusan Masalah	11
1.4 Tujuan Penelitian	11
1.5 Manfaat Penelitian	12
BAB II LANDASAN TEORI	13
2.1 Pengertian Perilaku Konsumen	13
2.2 Keputusan Pembelian	13
2.2.1 Tahap Proses Keputusan Pembelian	15
2.2.2 Indikator Keputusan Pembelian	16
2.3 Hijabers Community	17
2.3.1 Indikattor Hijabers Community	18
2.4 Gaya Hidup	19
2.4.1 Dimensi Gaya Hidup	20
2.5 Penelitian Terdahulu	21
2.6 Hubungan Antar Variabel	23
2.6.1 Hijabers Community dengan Keputusan Pembelian.....	23
2.6.2 Gaya Hidup dengan Keputusan Pembelian	24
2.6.3 HC, Gaya Hidup dengan Keputusan Pembelian	25
2.6.4 Gaya Hidup paling Dominan dengan Keputusan Pembelian...	25
2.7 Hipotesis Penelitian	26
2.8 Model Penelitian	26

BAB III METODE PENELITIAN	28
3.1 Desain Riset	28
3.2 Jenis dan Sumber Data	29
3.2.1 Jenis Data	29
3.2.2 Sumber Data	29
3.3 Populasi,Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel	30
3.3.1 Populasi	30
3.3.2 Sampel	31
3.3.3 Teknik Pengambilan Sampel.....	31
3.4 Metode Pengumpulan Data	32
3.5 Definisi Operasional Variabel.....	33
3.6 Teknik Analisis Data.....	36
3.6.1 Uji Validitas	37
3.6.2 Uji Reliabilitas	38
3.6.3 Uji Asumsi Klasik	39
3.6.4 Analisis Regresi Linear Berganda	41
3.6.5 Pengujian Hipotesis	42
3.6.5.1 Uji F	42
3.6.5.2 Uji t	43
3.6.5.3 Koefisien Determinasi (R^2)	43
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	44
4.1 Hasil Penelitian	44
4.1.1 Karakteristik Responden	44
4.1.2 Uji Validitas	47
4.1.3 Uji Reliabilitas	50
4.1.4 Uji Asumsi Klasik	50
4.1.5 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	53
4.1.6 Pengujian Hipotesis	55
4.2 Pembahasan Hasil Penelitian	58
4.3 Temuan Penelitian.....	61
4.4 Keterbatasan Penelitian.....	62
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	63
5.1 Kesimpulan	63
5.2 Saran.....	64
5.3 Implikasi Penelitian.....	65
DAFTAR PUSTAKA	67
LAMPIRAN.....	69

DAFTAR TABEL

Nomor	Nama Tabel	Halaman
Tabel 1.1	TBI (<i>Top Brand Index</i>) Jilbab dari tahun 2015-2017	5
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	22
Tabel 3.1	Skala Likert	29
Tabel 3.2	Dimensi Operasional Variabel	36
Tabel 3.3	Uji Reliabilitas	39
Tabel 4.1	Responden Berdasarkan Usia dan Pekerjaan	44
Tabel 4.2	Responden Berdasarkan Usia dan Penghasilan	45
Tabel 4.3	Responden Berdasarkan Usia dan Pembelian	46
Tabel 4.4	Uji Validitas	47
Tabel 4.5	Uji Reliabilitas	50
Tabel 4.6	Uji Multikolinearitas	53
Tabel 4.7	Uji Analisis Linier Berganda	54
Tabel 4.8	Uji F	56
Tabel 4.9	Uji t	57
Tabel 4.10	Uji Koefisien Determinasi	57

DAFTAR GAMBAR

Nomor	Nama Gambar	Halaman
Gambar 1.1	Hasil Pra Survey Hijbers Community	8
Gambar 1.2	Hasil Pra Survey Gaya Hidup	9
Gambar 2.1	Proses Keputusan Pembelian	15
Gambar 2.2	Model Penelitian	27
Gambar 4.1	Hasil Uji Normalitas.....	51
Gambar 4.5	Hasil Uji Heteroskedastisitas	52

DAFTAR LAMPIRAN

Nomor	Nama Lampiran	Halaman
Lampiran 1	Data Pra Survey	69
Lampiran 2	Kuesioner Penelitian	70
Lampiran 3	Karakteristik Responden	74
Lampiran 4	Tabulasi 30 Responden	77
Lampiran 5	Tabulasi 120 Responden.....	79
Lampiran 6	Hasil Uji Validitas 30 Responden	84
Lampiran 7	Hasil Uji Validitas 120 Responden	88
Lampiran 8	Hasil Uji Reliabilitas 30 Responden	92
Lampiran 9	Hasil Uji Asumsi Klasik	95
Lampiran 10	Hasil Uji Regresi Linier Berganda	97