

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PERSETUJUAN</b> .....	i
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	ii
<b>PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI</b> .....	iii
<b>RIWAYAT HIDUP</b> .....	iv
<b>MOTTO DAN PERSEMBAHAN</b> .....	v
<b>ABSTRAK</b> .....	vi
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	vii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	x
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xiv
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xvi
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	8
C. Tujuan Penelitian.....	8
D. Kegunaan Penelitian.....	9
E. Penelitian Terdahulu.....	10
F. Kerangka Berpikir.....	16
G. Hipotesis Penelitian .....	17
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	19
A. Perilaku Konsumen .....	19
1. Pengertian Perilaku Konsumen.....	19
2. Model Perilaku Konsumen .....	19
3. Faktor - Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen .....	21
4. Hubungan Perilaku Konsumen dengan Keputusan Pembelian.....	22
B. Keputusan Pembelian .....	26
1. Pengertian Keputusan Pembelian .....	26
2. Indikator Keputusan Pembelian.....	27

3.	Proses Keputusan Pembelian .....	27
4.	Keputusan Pembelian dalam Pandangan Islam .....	29
C.	Islamic Branding .....	30
1.	Pengertian <i>Brand</i> .....	30
2.	Pengertian Islamic Branding.....	31
3.	Dimensi Islamic Branding .....	33
4.	Hubungan <i>Brand</i> dan Keputusan Pembelian .....	33
D.	Gaya Hidup.....	34
1.	Pengertian Gaya Hidup .....	34
2.	Dimensi Gaya Hidup .....	35
3.	Klasifikasi Gaya Hidup.....	35
4.	Nilai dan Gaya Hidup .....	37
5.	Gaya Hidup dalam Pandangan Islam.....	37
6.	Hubungan Gaya Hidup dengan Keputusan Pembelian.....	38
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>		<b>39</b>
A.	Pendekatan dan Jenis Penelitian .....	39
B.	Lokasi dan Waktu Penelitian.....	39
C.	Populasi dan Sampel .....	40
1.	Populasi.....	40
2.	Sampel .....	40
D.	Jenis dan Sumber Data .....	41
E.	Definisi Operasional Variabel .....	41
F.	Teknik Pengumpulan Data.....	43
1.	Kuesioner atau Angket.....	43
G.	Teknik Analisis Data .....	44
1.	Pengujian Instrumen .....	44
2.	Uji Asumsi Klasik.....	45
3.	Analisis Regresi Linier Berganda .....	47
4.	Uji Hipotesis .....	47
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>		<b>49</b>
A.	Gambaran Umum Objek Penelitian .....	49

1.	Sejarah Singkat Perusahaan Zoya.....	49
2.	Visi dan Misi Zoya .....	50
3.	Logo Zoya.....	51
B.	Pembahasan Hasil Deskriptif Responden.....	51
1.	Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	51
2.	Responden Berdasarkan Usia .....	52
3.	Responden Berdasarkan Profesi .....	52
C.	Pembahasan Analisis Deskriptif.....	53
1.	Deskripsi Variabel <i>Islamic Branding</i> .....	53
2.	Deskripsi Variabel Gaya Hidup.....	59
3.	Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian .....	65
D.	Hasil Uji Instrumen .....	70
1.	Hasil Uji Validitas .....	70
2.	Hasil Uji Reliabilitas.....	72
E.	Hasil Uji Asumsi Klasik.....	73
1.	Hasil Uji Normalitas .....	73
2.	Hasil Uji Multikolinearitas .....	75
3.	Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	75
F.	Hasil Analisis Regresi Linear Berganda .....	77
G.	Hasil Uji Hipotesis .....	79
1.	Hasil Uji Parsial (T).....	79
2.	Hasil Uji Simultan (F).....	80
3.	Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	80
H.	Pembahasan Pengujian Hipotesis .....	81
1.	Pengaruh <i>Islamic Branding</i> (X1) terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	81
2.	Pengaruh Gaya Hidup (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y) .....	83
3.	Pengaruh <i>Islamic Branding</i> (X1) dan Gaya Hidup (X2) secara Simultan terhadap Keputusan Pembelian (Y) .....	84
<b>BAB V</b>	<b>PENUTUP</b> .....	<b>86</b>
A.	Simpulan.....	86
B.	Saran .....	87

DAFTAR PUSTAKA .....	88
LAMPIRAN.....	91

