

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIARISME	iv
PEDOMAN TRANSLITERASI	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR GAMBAR	xix
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	11
C. Tujuan Penelitian	11
D. Manfaat Penelitian.....	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	13
A. Penelitian Terdahulu	13
B. Konsep dan Teori	17
1. Keputusan Pembelian.....	17

2. <i>Brand Awareness</i>	22
3. <i>Halal Lifestyle</i>	27
4. Perilaku Konsumen	34
C. Kerangka Berpikir	37
D. Hipotesis Penelitian	41
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	42
A. Metode dan Pendekatan Penelitian	42
B. Jenis dan Sumber Data	43
C. Populasi dan Sampel	43
D. Operasional Variabel	45
E. Teknik Pengumpulan Data	48
F. Uji Instrumen	49
G. Teknik Analisis Data	51
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	56
A. Profil Perusahaan Rabbani	56
1. Sejarah Berdirinya Rabbani	56
2. Visi dan Misi Rabbani.....	57
B. Analisis Karakteristik Responden	57
A. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	58
B. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	58

C. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	59
D. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	60
E. Karakteristik Responden Berdasarkan Pembelian	61
C. Deskriptif Analisis	61
a. Tanggapan Responden Mengenai <i>Brand Awareness</i> (X1)	62
b. Tanggapan Responden Mengenai <i>Halal Lifestyle</i> (X2)	62
c. Tanggapan Responden Mengenai Keputusan Pembelian (Y)	63
D. Analisis Statistik Deskriptif	64
E. Hasil Uji Instrumen	66
1. Uji Validitas	66
2. Uji Reabilitas	69
F. Teknik Analisis Data.....	71
1. Uji Normalitas	71
2. Uji Multikolinieritas	72
3. Uji Heteroskedastisitas	73
4. Analisis Regresi Linear Berganda	74
G. Analisis Uji Hipotesis	76
a. Uji t (Parsial)	76
b. Uji F (Simultan)	78
c. Analisis Koefisien Determinasi (R^2)	80

H. Pembahasan	81
1. Pengaruh <i>Brand Awareness</i> Terhadap Keputusan Pembelian Produk Busana Muslim Rabani di Kota Bandung.....	81
2. Pengaruh <i>Halal Lifestyle</i> Terhadap Keputusan Pembelian Produk Busana Muslim Rabbani di Kota Bandung.....	82
3. Pengaruh <i>Brand Awareness</i> dan <i>Halal Lifestyle</i> Terhadap Keputusan Pembelian Produk Busana Muslim Rabbani di Kota Bandung.....	83
BAB V PENUTUP	85
A. Kesimpulan.....	85
B. Saran	86
DAFTAR PUSTAKA.....	87
LAMPIRAN.....	90

