

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRACT	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	12
1.2. Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	15
1.3.1. Tujuan Penelitian.....	15
1.3.2. Manfaat Penelitian.....	15
1.3. Sistematika Penulisan	16
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	20
2.1. Landasan teori.....	20
2.1.1. Perilaku Konsumen	20
2.1.2. Perilaku Konsumen Muslim	31
2.1.3 Keputusan Pembelian.....	36
2.1.3 <i>Islamic Branding</i>	41
2.1.15 <i>Influencer Marketing</i>	42
2.1.6 Kualitas Produk.....	45
2.1.7 Kesan Harga.....	47
2.2. Penelitian Terdahulu	50
2.3 Hubungan Variabel	55

2.3.1.	Hubungan Islamic Branding terhadap Keputusan Pembelian	55
2.3.2.	Hubungan Influencer Marketing terhadap Keputusan Pembelian	56
2.3.3	Hubungan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian	58
2.3.4	Hubungan Kesan Harga Terhadap Keputusan Pembelian	59
2.3	Kerangka Penelitian	60
2.4	Hipotesis Penelitian	60
BAB III	METODE PENELITIAN	62
3.1.	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel.....	62
3.1.1	Variabel Penelitian.....	62
3.1.2	Definisi Operasional	63
3.2	Populasi dan Sampel	65
3.2.1.	Populasi.....	65
3.2.2.	Sampel.....	65
3.3	Jenis dan Sumber Data	67
3.4	Metode Pengumpulan Data	67
3.4.1	Kuesioner	67
3.4.2	Studi Pustaka	68
3.5	Metode Analisis Data.....	68
3.6	Metode Analisis	70
3.6.1.	Uji Validitas	71
3.6.2	Uji Reliabilitas.....	72
3.6.2.	Uji Asumsi Klasik	72
3.6.4	Uji Hipotesis	73
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	76
4.1.	Deskripsi Objek Penelitian	76
4.1.1.	Gambaran Umum Objek Penelitian	76
4.1.2.	Gambaran Umum Responden	76
4.2.	Metode Analisis Data.....	79

4.2.1. Analisis Deskriptif	79
4.2.2. Analisis Kuantitatif.....	86
4.2.3. Asumsi Klasik	96
4.2.4. Analisis Regresi Linier Berganda.....	102
4.2.5 Uji Signifikansi Pengaruh Parsial (Uji t).....	104
4.2.6 Uji Signifikansi Simultan (Uji F).....	107
4.2.7 Koefisien Determinasi (R^2).....	108
4.3. Pembahasan	109
BAB V PENUTUP	114
5.1. Kesimpulan	114
5.2. Keterbatasan	116
5.3. Saran.....	117
DAFTAR PUSTAKA	119
Lampiran A Kuesioner Penelitian	127
Lampiran B Data Responden	133
Lampiran C Tabulasi Data	137
Lampiran D Output SPSS	150

FEB UNDIP