

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	11
1.3.1 Tujuan Penelitian.....	11
1.3.2 Kegunaan Penelitian.....	12
1.4 Sistematika Penulisan	13
BAB II TELAAH PUSTAKA	15
2.1 Landasan Teori	15
2.1.1 Teori Perilaku Konsumen.....	15
2.1.2 Teori Perilaku Konsumen Islam.....	19
2.1.3 Pengambilan Keputusan dalam Perspektif Islam	22
2.1.4 Pendapatan.....	23
2.1.5 Harga	23
2.1.6 Diskon.....	24
2.1.7 Promosi Melalui Live Tiktok	25
2.1.8 Busana Muslim.....	26
2.1.8.1 Pengertian Busana Muslim.....	26
2.1.8.2 Batasan Aurat Menurut 5 (Lima) Madzhab.....	27

2.1.9 Keputusan Pembelian Busana Muslim	30
2.2 Penelitian Terdahulu	31
2.3 Kerangka Pemikiran Teoritis	36
2.4 Hipotesis Penelitian	39
BAB III METODE PENELITIAN.....	40
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel.....	40
3.1.1 Variabel Penelitian	40
3.1.2 Definisi Operasional Variabel	40
3.2 Populasi dan Sampel Penelitian.....	42
3.2.1 Populasi	42
3.2.2 Sampel	43
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	45
3.3.1 Data Primer.....	45
3.3.2 Data Sekunder	45
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	46
3.5 Metode Analisis Data	46
3.5.1 Analisis Statistik Deskriptif.....	46
3.5.2 Uji Instrumen Data	49
3.5.2.1 Uji Validitas.....	49
3.5.2.2 Uji Reabilitas	49
3.5.3 Deteksi Penyimpangan Asumsi Klasik	49
3.5.3.1 Deteksi Normalitas	49
3.5.3.2 Deteksi Multikolinieritas	51
3.5.3.3 Deteksi Heteroskedasitas.....	51
3.5.4 Analisis Regresi Linier Berganda.....	51
3.5.5 Uji Hipotesis	52
3.5.5.1 Uji Signifikansi Pengaruh Simultan (F)	52
3.5.5.2 Uji Signifikansi Pengaruh Parsial (Uji t).....	53
3.5.5.3 Koefisien Determinasi (R^2)	54
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	55
4.1 Deskripsi Objek Penelitian	55
4.1.1 Deskripsi Umum Objek	55

4.1.2 Deskripsi Umum Responden.....	56
4.1.2.1 Deskripsi Umum Berdasarkan Jenis Kelamin.....	57
4.1.2.2 Deskripsi Umum Berdasarkan Umur	57
4.1.2.3 Deskripsi Umum Berdasarkan Domisili.....	58
4.1.2.4 Deskripsi Umum Berdasarkan Pekerjaan.....	58
4.1.2.5 Deskripsi Umum Berdasarkan Penghasilan Perbulan	59
4.2 Analisis Data.....	59
4.2.1 Analisis Statistik Deskriptif.....	59
4.2.1.1 Deskripsi Variabel Pendapatan.....	60
4.2.1.2 Deskripsi Variabel Harga	61
4.2.1.3 Deskripsi Variabel Diskon	62
4.2.1.4 Deskripsi Variabel Promosi Melalui Live Tiktok	63
4.2.1.5 Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian Busana Muslim.....	64
4.2.2 Uji Instrumen Data	65
4.2.2.1 Uji Validitas.....	65
4.2.2.2 Reabilitas	66
4.2.3 Deteksi Penyimpangan Asumsi Klasik	67
4.2.3.1 Deteksi Normalitas	67
4.2.3.2 Deteksi Multikolinearitas	70
4.2.3.3 Deteksi Heteroskedasitas.....	71
4.2.3.3.1 Deteksi Heteroskedasitas Scatterplot.....	71
4.2.3.3.2 Deteksi Heteroskedasitas Glejser.....	72
4.2.4 Analisis Regresi Linier Berganda.....	73
4.2.5 Uji Hipotesis.....	75
4.2.5.1 Uji Signifikansi Pengaruh Simultan (Uji F).....	75
4.2.5.2 Uji Signifikansi Pengaruh Parsial (Uji t).....	75
4.2.5.3 Koefisien Determinasi (R^2)	77
4.3 Pembahasan	78
4.3.1 Pengaruh Pendapatan terhadap Keputusan Pembelian Busana Muslim	79
4.3.2 Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian Busana Muslim	80
4.3.3 Pengaruh Diskon terhadap Keputusan Pembelian Busana Muslim	81

4.3.4 Pengaruh Promosi Melalui Live Tiktok terhadap Keputusan Pembelian Busana Muslim	82
BAB V PENUTUP.....	84
5.1 Kesimpulan	84
5.2 Keterbatasan Penelitian	85
5.3 Saran	85
5.3.1 Saran Bagi Konsumen dan Pelaku Usaha Aplikasi Tiktok	85
5.3.2 Saran Bagi Penelitian yang Akan Datang.....	86
DAFTAR PUSTAKA	87
LAMPIRAN.....	91

