

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Research Gap	10
1.3 Rumusan Masalah	11
1.4 Tujuan Penelitian	12
1.5 Manfaat Penelitian	13
1.6 Sistematika Penulisan	14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	15
2.1 Landasan Teori	15
2.1.1 Teori Preferensi	15
2.1.2 Faktor yang mempengaruhi Preferensi Konsumen	16
2.1.3 Faktor yang berkaitan dgn prefereni konsumen membeli produk Muslimah di IG	18
2.2 Keputusan Pembelian	23
2.3 Hubungan Antar Variabel	24
2.3.1 Hubungan Antara Atmosfer Toko terhadap Keputusan Pembelian	24

2.3.2	Hubungan Antara Gaya hidup terhadap Keputusan Pembelian	25
2.3.3	Hubungan Antara Kualitas Produk dengan Keputusan Pembelian.....	27
2.3.4	Hubungan Promosi Penjualan dengan Keputusan Pembelian	29
2.4	Penelitian Terdahulu	31
2.5	Kerangka Pemikiran Teoritis	35
2.6	Hipotesis Penelitian	36
BAB III METODE PENELITIAN		37
3.1	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel	37
3.2	Populasi dan Sampel.....	40
3.2.1	Populasi.....	40
3.2.2	Sampel	40
3.3	Jenis dan Sumber Data.....	41
3.3.1	Data Primer	41
3.3.2	Data Sekunder	42
3.4	Metode Pengumpulan Data.....	42
3.4.1	Kuisisioner	42
3.4.2	Studi Pustaka	42
3.5	Metode Analisis Data	43
3.5.1	Uji Instrumen Data.....	43
3.5.2	Uji Asumsi Klasik	43
3.5.3	Analisis Linear Berganda.....	44
3.5.4	Uji Goodness Fit	47
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		50
4.1	Deskripsi Objek Penelitian	50
4.2	Gambaran Umum Responden.....	51
4.2.1	Deskripsi Usia	52
4.2.2	Deskripsi Pekerjaan.....	53
4.2.3	Deskripsi Biaya hidup per bulan.....	54
4.2.4	Deskripsi Rata-rata pembelian pakaian muslimah satu tahun	55

4.3 Uji Instrumen Pengumpulan Data.....	56
4.3.1 Uji Validitas	56
4.3.2 Uji Reliabilitas	57
4.4 Uji Asumsi Klasik	58
4.4.1 Uji Normalitas	58
4.4.2 Uji Multikolonieritas.....	60
4.4.3 Uji Heteroskedastisitas.....	61
4.5 Analisis Regresi Linear Berganda	64
4.6 Uji Hipotesis	66
4.6.1 Koefisien Determinasi.....	66
4.6.2 Uji F	67
4.6.3 UjiT	68
4.7 Interpretasi Hasil	70
4.7.1 Pengaruh Atmosfer Toko terhadap Keputusan Pembelian	70
4.7.2 Pengaruh gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian.....	71
4.7.3 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	72
4.7.4 Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian	73
BAB V PENUTUP	75
5.1 Kesimpulan Hasil Penelitian	75
5.2 Kesimpulan Masalah Penelitian.....	76
5.3 Implikasi Teoritis.....	78
5.4 Implikasi Manajerial	80
5.5 Keterbatasan Penelitian	80
5.6 Saran	81
DAFTAR PUSTAKA	82
LAMPIRAN	87