

## DAFTAR ISI

ABSTRAK .....	i
<i>ABSTRACT</i> .....	ii
KATA PENGANTAR .....	iii
UCAPAN TERIMAKASIH.....	iv
DAFTAR ISI .....	vii
DAFTAR TABEL .....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB IPENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah.....	9
1.3 Tujuan Penelitian .....	10
1.4 Kegunaan Penelitian .....	11
1.4.1 Kegunaan Teoritis .....	11
1.4.2 Kegunaan Praktis.....	11
BAB IKAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS... 12	
2.1 Kajian Pustaka .....	12
2.1.1 Konsep Pemasaran .....	12
2.1.2 Keputusan Pembelian Busana Muslim .....	13
2.1.3 Norma Subyektif .....	24
2.1.4 Gaya Hidup .....	25
2.1.5 Penelitian Terdahulu.....	27
2.2 Kerangka Pemikiran .....	28
2.3 Hipotesis.....	31
BAB IIIOBJEK DAN METODE PENELITIAN.....	32
3.1 Objek Penelitian .....	32
3.2 Metode Penelitian dan Design Penelitian .....	33
3.2.1 Metode Penelitian.....	33
3.2.2 Desain Penelitian.....	34
3.3 Operasionalisasi Variabel .....	34

3.4	Jenis, Sumber dan Teknik Pengumpulan Data.....	35
3.4.1	Jenis dan Sumber Data .....	36
3.4.2	Teknik Pengumpulan Data.....	37
3.5	Populasi, Sampel dan Teknik Penarikan Sampel .....	37
3.5.1	Populasi dan Sampel.....	37
3.5.2	Teknik Penarikan Sampel .....	38
3.6	Uji Instrumen Penelitian .....	39
3.6.1	Uji Validitas .....	39
3.6.2	Uji Reliabilitas .....	43
3.7	Rancangan Analisis Data .....	46
3.7.1	Teknik Analisis Data .....	48
3.7.2	Uji Hipotesis .....	54
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....		57
4.1	Hasil Penelitian.....	57
4.1.1	Profil Perusahaan.....	57
4.1.2	Gambaran Umum Karakteristik Responden .....	59
4.1.3	Gambaran Umum Pengalaman Responden .....	62
4.1.4	Gambaran Norma Subyektif .....	66
4.1.5	Gambaran Gaya Hidup .....	72
4.1.6	Gambaran Keputusan Pembelian .....	78
4.1.7	Hasil Pengujian Hipotesis .....	86
4.2	Pembahasan Hasil Penelitian .....	95
BAB V KESIMPULAN, IMPLIKASI DAN REKOMENDASI .....		101
5.1	Kesimpulan .....	101
5.2	Implikasi.....	102
5.3	Rekomendasi .....	103
DAFTAR PUSTAKA.....		105

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 10 Komoditi Utama Ekspor Indonesia .....	1
Tabel 1.2 Top Brand Busana Muslim .....	5
Tabel 1.3 Penjual Busana Muslim di Balubur Town Square .....	6
Tabel 1.4 Konsumen ZOYA Balubur Town Square .....	7
Tabel 1.5 Alasan Menggunakan Busana Muslim .....	8
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	27
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel .....	34
Tabel 3.2 Sumber Data .....	36
Tabel 3.3 Interpretasi Nilai r .....	40
Tabel 3.4 Variabel X1 (Norma Subyektif) .....	41
Tabel 3.5 Variabel X2 (Gaya Hidup) .....	42
Tabel 3.6 Variabel Y (Keputusan Pembelian) .....	43
Tabel 3.7 Hasil Uji Reliabilitas Variabel X1 (Norma Subyektif), Variabel X2 (Gaya Hidup) dan Variabel Y (Keputusan Pembelian) .....	45
Tabel 3.8 Tabel Batasan Penelitian .....	47
Tabel 3.9 Rekapitulasi Pengolahan Data .....	47
Tabel 3.10 Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi .....	53
Tabel 4.1 Karakter Responden Berdasarkan Usia .....	60
Tabel 4.2 Karakter Responden Berdasarkan Penghasilan / Uang saku .....	60
Tabel 4.3 Karakter Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	61
Tabel 4.4 Pengalaman Responden Berdasarkan Lama Mengetahui Busana Muslim ZOYA .....	62
Tabel 4.5 Pengalaman Responden Berdasarkan cara Mengetahui Busana Muslim ZOYA .....	63
Tabel 4.6 Pengalaman Responden Berdasarkan Berapa Banyak Membeli Busana Muslim ZOYA .....	64
Tabel 4.7 Pengalaman Responden Berdasarkan Alasan Membeli Busana Muslim ZOYA .....	65
Tabel 4.8 Pengalaman Responden Berdasarkan Merek Lain yang Dibeli Selain ZOYA .....	65
Tabel 4.9 Norma Subyektif pada Busana Muslim Zoya berdasarkan Normative Belief .....	67
Tabel 4.10 Norma Subyektif pada Busana Muslim Zoya berdasarkan Motivasi To Comply .....	68
Tabel 4.11 Rekapitulasi Hasil Penelitian Variabel Norma Subyektif pada Busana Muslim Zoya .....	70
Tabel 4.12 Gaya Hidup pada Busana Muslim Zoya berdasarkan Activites .....	73
Tabel 4.13 Norma Subyektif pada Busana Muslim Zoya berdasarkan Interest .....	74
Tabel 4.14 Norma Subyektif pada Busana Muslim Zoya berdasarkan Opinion .....	75
Tabel 4.15 Rekapitulasi Hasil Penelitian Variabel Gaya Hidup pada Busana Muslim Zoya .....	76

Tabel 4.16 Keputusan Pembelian pada Busana Muslim Zoya berdasarkan Merek .....	79
Tabel 4.17 Keputusan Pembelian pada Busana Muslim Zoya berdasarkan Desain .....	80
Tabel 4.18 Keputusan Pembelian pada Busana Muslim Zoya berdasarkan Kenyamanan .....	81
Tabel 4.19 Keputusan pada Busana Muslim Zoya berdasarkan Harga .....	82
Tabel 4.20 Rekapitulasi Hasil Penelitian Variabel Keputusan Pembelian pada Busana Muslim Zoya .....	84
Tabel 4.21 Uji Multikolinieritas .....	87
Tabel 4.22 Uji Autokolerasi .....	89
Tabel 4.23 Pedoman Untuk Meberikan Interpretasi Koefisien Korelasi .....	90
Tabel 4.24 Analisis Korelasi .....	91
Tabel 4.25 Analisis Korelasi .....	92
Tabel 4.26 Output Koefisien Regresi .....	93
Tabel 4.27 Uji T-Statistik .....	94
Tabel 4.28 Uji F-Statistik .....	95

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 15 Sektor Ekonomi Kreatif .....	3
Gambar 1.2 Hasil Survey Pemakai Jilbab.....	4
Gambar 1.3 Alasan Menggunakan Busana Muslim .....	8
Gambar 2.1 Model Perilaku Konsumen.....	18
Gambar 2.2 Tahap Proses Keputusan Pembelian Konsumen .....	20
Gambar 2.3 Langkah Antar Evaluasi dan Keputusan Pembelian .....	21
Gambar 2.5 Paradigma Pemikiran.....	31
Gambar 3.1 Skala Semantik differensial .....	47
Gambar 3.2 Garis Kontinum Variabel X dan Y .....	49
Gambar 4.1 Garis Kontinum Variabel X1 .....	72
Gambar 4.2 Garis Kontinum Variabel X2 .....	78
Gambar 4.3 Garis Kontinum Variabel X1 .....	86
Gambar 4.4 Grafik Normal P-P Plot.....	87
Gambar 4.5 Uji Heteroskedastisitas .....	89

## DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 :KuesionerPenelitian

LAMPIRAN 2 :*Output UjiValiditasdanReabilitasdenganIBM SPSS for Window  
ver. 22*

LAMPIRAN 3 :*Output KorelasidanRegresiVariabel*

LAMPIRAN 4 : Data Interval

LAMPIRAN 5 :CatatanBimbingan

LAMPIRAN 6 :DaftarRiwayatHidup