

MOTTO

﴿ يَا بَنِي آدَمَ خُذُوا زِينَتَكُمْ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلُوا وَاشْرَبُوا وَلَا تُسْرِفُوا إِنَّهُ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِينَ ﴾

﴿ يَا بَنِي آدَمَ خُذُوا زِينَتَكُمْ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلُوا وَاشْرَبُوا وَلَا تُسْرِفُوا إِنَّهُ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِينَ ﴾

“Wahai anak cucu Adam! Pakailah pakaianmu yang bagus pada setiap (memasuki) masjid, makan dan minumlah, dan janganlah berlebihan. Sesungguhnya, Allah tidak menyukai orang yang berlebih-lebihan.” (Qs. Al-A’raf: 31)¹

¹ Kementerian Agama, *Al-Qur’an dan Terjemah Al-Hakim*, (Surabaya: CV. Sahabat Ilmu Surabaya, 2001), hlm. 154

PERSEMBAHAN

Segala Puji Bagi Allah SWT Yang Maha Sempurna Kupersembahkan karya ini sebagai tanda cinta dan kasih sayangku kepada :

Untuk kedua orang tuaku

Terimakasih atas segala cinta dan kasih sayang yang tak ternilai serta doa yang tak henti untukku, yang telah memberikan doa tulus ikhlas, motivasi, dan kasih sayang serta dukungan moril dan materiil. Semoga Alloh selalu memberikan kebahagiaan untuk Ayah dan Ibu baik di dunia maupun akhirat. Aamiin

KATA PENGANTAR

Puji syukur alhamdulillah penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT. Atas segala karunianya sehingga laporan penelitian ini dapat terselesaikan. Shalawat dan salam semoga senantiasa abadi tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW. dan umatnya. Sehubungan dengan terselesaikannya penulisan skripsi ini maka penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Maftukhin, M.Ag. selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri Tulungagung.
2. Dr. H. Dede Nurohman, M.Ag, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. Muhammad Aswad, MA, selaku Ketua Jurusan Ekonomi Syariah.
4. Hj. Amalia Nuril Hidayati, M.Sy, sebagai pembimbing yang telah memberikan pengarahan dan koreksi sehingga penelitian dapat terselesaikan.
5. Segenap Bapak/Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah mengajarkan ilmu tak ternilai, hingga penulis menyelesaikan studi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Tulungagung.
6. Terimakasih atas bantuan dan motivasi yang selalu diberikan oleh sahabat-sahabat alumni MTsN Tunggangri
7. Terimakasih atas bantuan dan semangat yang diberikan oleh sahabat-sahabatku alumni MAN 2 Tulungagung

8. Terimakasih atas semangat dan dukungan yang diberikan oleh Keluarga besar KKN Sumberdadap
9. Terimakasih atas kerjasama selama perkuliahan, dukungan serta semangat yang diberikan khususnya Nurhayati, Niken, Nana, Nafi, Nuril, Emil dan Triana yang tidak lelah menyemangatiku dan Sahabat seperjuanganku ES E
10. Semua pihak yang telah membantu terselesaikannya penulisan laporan penelitian ini.

Dengan penuh harap semoga jasa kebaikan mereka diterima Allah SWT. dan tercatat sebagai amal shalih. Akhirnya, karya ini penulis suguhkan kepada segenap pembaca, dengan harapan adanya saran dan kritik yang bersifat konstruktif dan perbaikan. Semoga karya ini bermanfaat dan mendapat ridha Allah SWT.

Tulungagung, 22 Juli 2018

Penulis

Nestia Pangestika

DAFTAR ISI

Halaman Sampul Luar.....	i
Halaman Sampul Dalam	ii
Halaman Persetujuan.....	iii
Halaman Pengesahan	iv
Halaman Motto.....	v
Halaman Persembahan	vi
Kata Pengantar	vii
Daftar Isi.....	ix
Daftar Grafik.....	xi
Daftar Tabel	xii
Daftar Gambar.....	xiv
Daftar Lampiran	xv
Abstrak	xvi

BAB I : PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	11
C. Rumusan Penelitian.....	11
D. Tujuan Penelitian	12
E. Kegunaan Penelitian	12
F. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian	14
G. Penegasan Istilah.....	14
H. Sistematika Pembahasan Skripsi.....	16

BAB II : LANDASAN TEORI

A. Hijab.....	18
B. Usaha Hijab.....	20
C. Keputusan Pembelian.....	24
1. Pengertian Keputusan Pembelian	24
2. Proses Pengambilan Keputusan Pembelian	25
3. Faktor Utama Penentu Keputusan Pembelian Konsumen	30
D. <i>Lifestyle</i> (Gaya Hidup).....	31
1. Pengertian <i>Lifestyle</i> (Gaya Hidup).....	31
2. Klasifikasi dan Dimensi Gaya Hidup.....	33
3. Menggunakan Karakteristik Gaya Hidup dalam Strategi Pemasaran	35
4. Hubungan Keputusan Pembelian dengan Gaya Hidup	36

E.	<i>Brand Image</i> (Citra Merek).....	37
1.	Pengertian <i>Brand Image</i> (Citra Merek)	37
2.	Komponen Citra Merek	39
3.	Dimensi <i>Brand Image</i> (Citra Merek).....	41
4.	Hubungan Antara Citra Merek dengan Keputusan Pembelian Konsumen	42
F.	Kajian Penelitian Terdahulu.....	42
G.	Kerangka Berfikir Penelitian	46
H.	Hipotesis Penelitian.....	46
 BAB III : METODE PENELITIAN		
A.	Pendekatan dan Jenis Penelitian	47
B.	Populasi, Sampling dan Sampel Penelitian.....	48
C.	Sumber Data, Variabel dan Skala Pengukuran	51
D.	Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian.....	53
E.	Analisis Data	56
 BAB IV : HASIL PENELITIAN		
A.	Deskripsi Data.....	60
B.	Karakteristik Responden	66
C.	Deskripsi Variabel.....	70
D.	Pengujian Data	82
 BAB V : PEMBAHASAN		
A.	Pengaruh <i>Lifestyle</i> (Gaya Hidup) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Elzatta Di Tulungagung.....	98
B.	Pengaruh <i>Brand Image</i> (Citra Merek) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Elzatta Di Tulungagung.....	100
C.	Pengaruh <i>Lifestyle</i> (Gaya Hidup) dan <i>Brand Image</i> (Citra Merek) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Elzatta Di Tulungagung	103
 BAB VI : PENUTUP		
A.	Kesimpulan	107
B.	Saran.....	108
 DAFTAR PUSTAKA LAMPIRAN-LAMPIRAN		

DAFTAR GRAFIK

Grafik	Hal.
1.1 Distribusi Ekonomi Kreatif dalam Nilai Bruto Tahun 2013.....	2

DAFTAR TABEL

Tabel	Hal.
1.1 Top Brand Index Kerudung Bermerek.....	4
2.1 Model Proses Pembelian Lima Tahap.....	27
2.2 Dimensi Gaya Hidup.....	33
3.1 Instrumen Penelitian.....	55
4.1 Jenis Kelamin Responden	66
4.2 Usia Responden.....	67
4.3 Tingkat Pendidikan Responden.....	67
4.4 Profesi Responden.....	68
4.5 Penghasilan Responden.....	69
4.6 Hasil Jawaban Responden Pernyataan ($X_{1.1.1}$)	70
4.7 Hasil Jawaban Responden Pernyataan ($X_{1.1.2}$)	70
4.8 Hasil Jawaban Responden Pernyataan ($X_{1.1.3}$)	71
4.9 Hasil Jawaban Responden Pernyataan ($X_{1.2.1}$)	71
4.10 Hasil Jawaban Responden Pernyataan ($X_{1.2.2}$)	72
4.11 Hasil Jawaban Responden Pernyataan ($X_{1.2.3}$)	72
4.12 Hasil Jawaban Responden Pernyataan ($X_{1.3.1}$)	73
4.13 Hasil Jawaban Responden Pernyataan ($X_{1.3.2}$)	73
4.14 Hasil Jawaban Responden Pernyataan ($X_{1.3.3}$)	74
4.15 Hasil Jawaban Responden Pernyataan ($X_{2.1.1}$)	74
4.16 Hasil Jawaban Responden Pernyataan ($X_{2.1.2}$)	75
4.17 Hasil Jawaban Responden Pernyataan ($X_{2.2.1}$)	75
4.18 Hasil Jawaban Responden Pernyataan ($X_{2.2.2}$)	76
4.19 Hasil Jawaban Responden Pernyataan ($X_{2.3.1}$)	76
4.20 Hasil Jawaban Responden Pernyataan ($X_{2.3.2}$)	77
4.21 Hasil Jawaban Responden Pernyataan ($Y_{1.1}$)	77
4.22 Hasil Jawaban Responden Pernyataan ($Y_{1.2}$)	78

4.23 Hasil Jawaban Responden Pernyataan ($Y_{2.1}$)	78
4.24 Hasil Jawaban Responden Pernyataan ($Y_{2.2}$)	79
4.25 Hasil Jawaban Responden Pernyataan ($Y_{3.1}$)	79
4.26 Hasil Jawaban Responden Pernyataan ($Y_{3.2}$)	80
4.27 Hasil Jawaban Responden Pernyataan ($Y_{4.1}$)	80
4.28 Hasil Jawaban Responden Pernyataan ($Y_{4.2}$)	81
4.29 Hasil Jawaban Responden Pernyataan ($Y_{5.1}$)	81
4.30 Hasil Jawaban Responden Pernyataan ($Y_{5.2}$)	82
4.31 Hasil Uji Validitas <i>Lifestyle</i> /Gaya Hidup (X_1).....	83
4.32 Hasil Uji Validitas <i>Brand Image</i> /Citra Merek (X_2)	84
4.33 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y)	84
4.34 Hasil Uji Reliabilitas	86
4.35 Hasil Uji Normalitas Secara Kolmogorov-Smirnov	89
4.36 Hasil Uji Multikolinearitas.....	90
4.37 Hasil Uji Heteroskedastisitas Menggunakan Uji Glesjer.....	92
4.38 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	93
4.39 Hasil Uji-T (T-test)	95
4.40 Hasil uji F (F-test)	97
4.41 Hasil Uji Koefisien Determinasi	98

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Hal.
4.1 Hasil Uji Normalitas Secara Grafik Kurva Normal P-Plot	88
4.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas Secara Grafik Scatterplot	91

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian

Lampiran 2 : Data Mentah

Lampiran 3 : Hasil Analisis Validitas dan Reliabilitas Data

Lampiran 4 : Hasil Uji Asumsi Klasik

Lampiran 5 : Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Lampiran 6 : Dokumentasi

Lampiran 7 : Surat Permohonan Izin Penelitian

Lampiran 8 : Lembar Kendali Bimbingan Skripsi

Lampiran 9 : Surat Pernyataan Keaslian Tulisan

Lampiran 10 : Daftar Riwayat Hidup