

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 Tabel	xii
Daftar Gambar.....	xiii
Daftar Lampiran	xiv
Abstrak	xv

BAB I : PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah.....	9
C. Rumusan Masalah.....	9
D. Tujuan Penelitian	10
E. Kegunaan Penelitian	10
F. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian.....	11
G. Penegasan Istilah.....	12
H. Sistematika Penulisan Skripsi.....	14

BAB II : LANDASAN TEORI

A. Teori Perilaku Konsumen	16
B. Teori Merek	21
C. Teori Gaya Hidup	31
D. Teori Selebriti Pendukung	36
E. Teori Keputusan Pembelian.....	41
F. Penelitian Terdahulu	45
G. Kerangka Konseptual.....	48
H. Hipotesis Penelitian	52

BAB III : METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	53
B. Populasi, Sampel, dan Sampling Penelitian.....	54
C. Sumber Data, Variabel, dan Skala Pengukuran	57
D. Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian.....	59
E. Teknik Analisis Data	62

BAB IV : HASIL TEMUAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian	72
B. Profil Responden.....	78
C. Karakteristik Responden.....	78
D. Deskripsi Variabel	84
E. Uji Validitas dan Reliabilitas	93
F. Uji Asumsi Klasik.....	95
G. Uji Analisis Regresi Berganda.....	99

H. Uji Hipotesis	100
I. Analisis Koefisien Determinasi	106

BAB V : PEMBAHASAN

A. Pengaruh Merek terhadap Keputusan Konsumen Membeli Produk Kosmetik Wardah pada Mahasiswi FEBI IAIN Tulungagung.....	107
B. Pengaruh Gaya Hidup terhadap Keputusan Konsumen Membeli Produk Kosmetik Wardah pada Mahasiswi FEBI IAIN Tulungagung.....	111
C. Pengaruh Selebriti Pendukung terhadap Keputusan Konsumen Membeli Produk Kosmetik Wardah pada Mahasiswi FEBI IAIN Tulungagung	115
D. Pengaruh Merek, Gaya Hidup, dan Selebriti Pendukung terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah pada Mahasiswi FEBI IAIN Tulungagung.....	119
E. Pengaruh Merek, Gaya Hidup, dan Selebriti Pendukung yang Dominan terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah pada Mahasiswi FEBI IAIN Tulungagung.....	122

BAB VI : PENUTUP

A. Kesimpulan	124
B. Saran	125

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel	Hal.
1.1 Daftar Kosmetik yang Bersertifikat Halal	6
1.2 Varian Produk Kosmetik Wardah.....	8
3.1 Populasi Mahasisiwi yang Menggunakan Produk Wardah	55
3.2 Kisi-Kisi Instrumen Penelitian	61
4.1 Struktur Organisasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam	77
4.2 Deskripsi Variabel Merek (X_1).....	84
4.3 Deskripsi Variabel Gaya Hidup (X_2).....	86
4.4 Deskripsi Variabel Selebriti Pendukung (X_3).....	88
4.5 Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	91
4.6 Hasil Uji Validitas Merek.....	93
4.7 Hasil Uji Validitas Gaya Hidup.....	94
4.8 Hasil Uji Validitas Selebriti Pendukung.....	94
4.9 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian	94
4.10 Hasil Uji Reliabilitas.....	95
4.11 Hasil Uji Normalitas	96
4.12 Hasil Uji Multikolonearitas	97
4.13 Hasil Uji Regresi Linier Berganda	99
4.14 Hasil Uji t.....	101
4.15 Hasil Uji F	104
4.16 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	106

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Hal.
2.1 Proses Pembelian	43
4.1 Diagram Usia Responden	78
4.2 Diagram Uang Saku Responden (Per-hari)	79
4.3 Diagram Jurusan Responden	80
4.4 Diagram Semester Responden	81
4.5 Diagram Produk yang Digunakan Responden.....	82
4.6 Diagram Pembelian Responden.....	83
4.7 Hasil Uji Heteroskedastisitas	98

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2 : Tabulasi Data
- Lampiran 3 : Hasil Output SPSS
- Lampiran 4 : Nilai Distribusi Tabel r
- Lampiran 5 : Nilai Distribusi Tabel t
- Lampiran 6 : Nilai Distribusi Tabel F
- Lampiran 7 : Dokumentasi
- Lampiran 8 : Surat Permohonan Izin Penelitian
- Lampiran 9 : Kartu Bukti Bimbingan
- Lampiran 10 : Surat Pernyataan Keaslian Tulisan
- Lampiran 11 : Daftar Riwayat Hidup