

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN MUNAQOSYAH	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
ABSTRAK	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	10
C. Tujuan Penelitian	10
D. Manfaat Penelitian	10
E. Sistematika Penulisan	11
BAB II LANDASAN TEORI	13
A. Deskripsi Teori.....	13
1. Kebudayaan	13
2. Media Sosial	20
3. Keputusan Pembelian	26
4. Perilaku Konsumen	28
B. Penelitian Terdahulu	35
C. Kerangka Berfikir	38
D. Hipotesis Penelitian	39
BAB III METODE PENELITIAN	42
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian	42
B. Setting Penelitian	42
C. Populasi dan Sampel	43
D. Desain dan Definisi Operasional Variabel.....	44
E. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen.....	46
F. Uji Asumsi Klasik.....	48
G. Teknik Pengumpulan Data.....	49
H. Teknik Analisis Data.....	51
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	53
A. Deskripsi Obyek Penelitian.....	53
1. Profil Institut Agama Islam Negeri Kudus (IAIN Kudus).....	53

2.	Visi, Misi, dan Tujuan Institut Agama Islam Negeri Kudus.....	54
3.	Sejarah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kudus....	54
4.	Visi dan Misi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAINKudus	55
5.	Struktur Kelembagaan FEBI IAIN Kudus.....	56
B.	Deskripsi Data Hasil Penelitian	57
1.	Deskripsi identitas responden.....	57
2.	Deskripsi Angket.....	60
C.	Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen	66
1.	Uji Validitas Instumen.....	66
2.	Uji Reliabilitas Instrumen.....	68
D.	Uji Asumsi Klasik.....	69
1.	Uji Normalitas	69
2.	Uji Multikolinearitas	70
3.	Uji autokorelasi	71
4.	Uji Heteroskedastisitas	72
E.	Analisis Data.....	72
1.	Analisis Linear Berganda	72
2.	Uji koefisien regresi secara parsial (uji t).....	73
3.	Uji Koefisien secara Simultan (Uji F).....	75
4.	Koefisien Determinasi (R ²).....	75
F.	Pembahasan Hasil Penelitian	76
1.	Pengaruh kebudayaan terhadap keputusan pembelian hijab pashmina.....	76
2.	Pengaruh media sosial terhadap keputusan pembelian hijab pashmina.....	78
BAB V PENUTUP		80
A.	Kesimpulan	80
B.	Saran	81
DAFTAR PUSTAKA		
LAMPIRAN-LAMPIRAN		
DAFTAR RIWAYAT PENDIDIKAN		

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	35
Tabel 3.1 Data Jumlah Mahasiswa FEBI IAIN Kudus Angkatan 2018-2021	43
Tabel 3.2 Definisi Operasional	45
Tabel 4.1 Susunan Kepengurusan FEBI IAIN Kudus	56
Tabel 4.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis kelamin	57
Tabel 4.3 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia.....	58
Tabel 4.4 Deskripsi Responden Berdasarkan Tahun Angkatan	59
Tabel 4.5 Deskripsi Responden Berdasarkan Program studi.....	59
Tabel 4.6 Distribusi Frekuensi Variabel Kebudayaan	60
Tabel 4.7 Distribusi Frekuensi Variabel Media Sosial.....	62
Tabel 4.8 Distribusi Frekuensi Variabel Keputusan Pembelian.....	64
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Variabel Kebudayaan (X1).....	67
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Variabel Media Sosial (X2).....	67
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)	68
Tabel 4.12 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Penelitian.....	68
Tabel 4.13 Hasil Uji Normalitas dengan Kolmogorov-Smirnov Test...	70
Tabel 4.14 Hasil Uji Multikolinearitas	71
Tabel 4.15 Hasil Uji Autokorelasi	71
Tabel 4.16 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	73
Tabel 4.17 Hasil Uji Koefisien Regresi secara Parsial (Uji t)	74
Tabel 4.18 Hasil Uji Koefisien Regresi secara Simultan (Uji F)	75
Tabel 4.19 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	75

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Penduduk Muslim Dunia.....2
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir39
Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas dengan menggunakan histogram69
Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas dengan Normal Probability P-Plot...69
Gambar 4.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas72

