

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN MUNAQOSAH.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
ABSTRAK	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN.....	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	viii
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Manfaat Penelitian.....	7
E. Sistematika Penulisan.....	8
BAB II LANDASAN TEORI	
A. <i>Theory S-O-R (Stimulus Organism Response)</i>	10
B. <i>Impulsive Buying</i>	11
C. <i>Hijabista Celebrity Endorsement</i>	14
D. <i>Trend Fashion Muslimah</i>	22
E. <i>Fashion Interest</i>	26
F. Penelitian Terdahulu	28
G. Kerangka Berpikir	33
H. Hipotesis	34
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian	37
B. Populasi dan Sampel	37
C. Desain dan Definisi Operasional Variabel.....	38
D. Teknik Pengumpulan Data	41
E. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen.....	42
F. Uji Asumsi Klasik.....	44
G. Teknik Analisis Data.....	45
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	48
B. Gambaran Umum Responden.....	53
C. Deskripsi Angket.....	58

D. Hasil Uji Instrumen Penelitian.....	63
E. Hasil Uji Asumsi Klasik.....	65
F. Hasil Analisis Data.....	70
G. Pembahasan.....	76
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	81
B. Saran	82
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	29
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel	40
Tabel 3.2 Alternatif jawaban responden	42
Tabel 4. 1 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	53
Tabel 4. 2 Deskripsi responden berdasarkan Usia	54
Tabel 4. 3 Deskripsi responden berdasarkan Pendidikan Terakhir	54
Tabel 4. 4 Deskripsi responden berdasarkan Pekerjaan	55
Tabel 4. 5 Deskripsi responden berdasarkan Pendapatan	56
Tabel 4. 6 Deskripsi responden berdasarkan Frekuensi Pembelian	56
Tabel 4. 7 Deskripsi responden berdasarkan Media Sosial.....	57
Tabel 4. 8 Deskripsi responden berdasarkan Pengalaman Melihat Iklan	57
Tabel 4. 9 Deskripsi Responden Tentang Hijabista Celebrity Endorsement) (X1)	58
Tabel 4. 10 Deskripsi Jawaban Responden Tentang Trend Fashion Muslimah (X2)	59
Tabel 4. 11 Deskripsi Jawaban Responden Tentang Fashion Interest (X3)	61
Tabel 4. 12 Deskripsi Jawaban Responden Tentang Impulsive Buying (Y).....	62
Tabel 4. 13 Hasil Uji Validitas Instrumen	64
Tabel 4. 14 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen	65
Tabel 4. 15 Hasil Uji Multikolinearitas	68
Tabel 4. 16 Hasil Uji Autokorelasi	70
Tabel 4. 17 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	71
Tabel 4. 18 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R ²).....	73
Tabel 4. 19 Hasil Uji Signifikan Parameter Simultan (F).....	73
Tabel 4. 20 Hasil Uji Signifikan Parameter Individual (Uji t)	74

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir	33
Gambar 2. 2 Hipotesis Penelitian	34
Gambar 2. 3 Hipotesis Penelitian	35
Gambar 2. 4 Hipotesis Penelitian	36
Gambar 4. 1 Struktur Organisasi	50
Gambar 4. 2 Fashion Tunik	52
Gambar 4. 3 Fashion Daster	52
Gambar 4. 4 Fashion Koko Muslim	53
Gambar 4. 5 Fashion Gamis Dewasa & Anak	52
Gambar 4. 6 Hijab	53
Gambar 4. 7 Hasil Uji Normalitas	65
Gambar 4. 8 Hasil Uji Normalitas Histogram	66
Gambar 4. 9 Hasil Uji Normalitas Probability Plot	67
Gambar 4. 10 Hasil Uji Heteroskedastisitas	69
Gambar 4. 11 Hasil Uji Heteroskedastisitas Scatterplot	69

