

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI'	ii
PENGESAHAN MUNAQOSYAH	iii
PERNYATAAN KEASLIAN.....	iv
ABSTRAK	v
MOTTO.....	vi
PERSEMBAHAN.....	vii
TRANSLITERASI ARAB-LATN.....	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Tujuan Penelitian.....	10
D. Manfaat Penelitian.....	10
E. Sistematika Penulisan	11
BAB II	
LANDASAN TEORI	
A. Deskripsi Teori.....	13
1. Grand Theory Costumer Decision Model.....	13
2. Keputusan Pembelian	14
a. Definisi Keputusan Pembelian	14
b. Proses Pengambilan Keputusan.....	15
c. Tipe Pengambilan Keputusan	16
d. Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembeli	17
e. Indikator Keputusan Pembelian.....	18
f. Keputusan Pembelian dalam Perspektif Islam	20
3. Kualitas Produk.....	21
a. Definisi Kualitas Produk	21
b. Indikator Kualitas Produk	23
c. Kualitas Produk dalam Perspektif Islam.....	24
4. Celebrity Endorser	25
a. Definisi Celebrity Endorser	24
b. Tujuan Celebrity Endorser	26
c. Indikator Celebrity Endorser	26
d. Celebrity Endorser dalam Perspektif Islam	27

5.Brand Image	29
a. Definisi Brand Image (Citra Merek)	29
b. Karakteristik Brand Image yang Kuat	30
c. Indikator Brand Image.....	31
d. Brand Image dalam Perspektif Islam.....	32
B. Penelitian terdahulu	33
C. Kerangka Berfikir.....	38
D. Hipotesis.....	38
1. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian.....	38
2. Pengaruh Celebrity Endorser terhadap Keputusan Pembelian.....	39
3. Pengaruh Brand Image terhadap Keputusan Pembelian.....	40
4. Pengaruh Kualitas Produk, Celebrity Endorser dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian.....	41
BAB III	
METODE PENELITIAN	
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian	43
B. Setting Penelitian.....	43
C. Sumber Data	44
D. Populasi dan Sampel.....	44
E. Identifikasi Variabel Penelitian.....	45
F. Definisi Operasional variabel	46
G. Uji Validitas dan Reliabilitas Data.....	47
H. Teknik Pengumpulan Data	48
I. Uji Asumsi Klasik	50
J. Teknik Analisis Data	51
BAB IV	
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Hasil Penelitian	54
1.Gambaran Umum Objek Penelitian	54
2.Deskripsi Data	55
3.Deskripsi Data Penelitian.....	58
4.Hasil Uji Validitas Dan Reabilitas	61
5.Teknik Analisis Data	63
B. Pembahasan dan Hasil Penelitian.....	72
1. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	72

2. Pengaruh Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian	73
3. Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian	74
4. Pengaruh Kualitas Produk, Celebrity Endorser dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian	75
BAB V	
KESIMPULAN	
A. Kesimpulan	77
B. Saran	78

DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Hasil Jawaban Responden Pra Survei	8
Tabel 2.1 Hasil Penelitian Terdahulu	33
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel	46
Tabel 3.2 Skor Penialain Skala Likert	49
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Jenis Kelamin.....	56
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	56
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jurusan	57
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Angkatan .	57
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan atau Uang saku	58
Tabel 4.6 Hasil Jawaban Responden.....	58
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Instrumen	61
Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen	62
Tabel 4.9 Hasil Uji Normalitas	65
Tabel 4.10 Uji Multikolonieritas	66
Tabel 4.11 Hasil Uji Analisis Regresi Berganda	68
Tabel 4.12 Hasil Uji F	70
Tabel 4.13 Hasil Uji T	71
Tabel 4.14 Hasil Koefisien Determinasi (R ²)	72

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Top Brand Index Busana Muslim 2023	3
Gambar 2.1 Customer Decision Model (CDM)	13
Gambar 2.2 Kerangka Berpikir	38
Gambar 4.1 Uji Normalitas Grafik Histogram	64
Gambar 4.2 Grafik Normal P-P Plot	64
Gambar 4.3 Uji Heterokedastisitas	67

