

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
ABSTRAK	v
HALAMAN MOTTO	vi
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	vii
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	xiv
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR GAMBAR	xviii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	12
C. Tujuan Penelitian	12
D. Manfaat Penelitian	13
E. Sistematika Penyusunan	14
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Deskripsi Teori	17
1. Keputusan Pembelian	
a. Pengertian Keputusan Pembelian	17
b. Model Perilaku Konsumen dalam Pengambilan Keputusan	18
c. Proses Keputusan Pembelian	20
d. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	22
e. Tipe-Tipe Perilaku Konsumen	23
f. Indikator dan Dimensi Keputusan Pembelian	24
2. Brand Image	
a. Pengertian <i>Brand Image</i> (Citra Merek)	28
b. Faktor-Faktor <i>Brand Image</i> (Citra Merek)	31

c.	Indikator <i>Brand Image</i> (Citra Merek)	31
d.	Ekuitas Merek	26
e.	Citra Merek dalam Perspektif Islam	32
3.	Gaya Hidup Konsumtif	
a.	Pengertian Gaya Hidup Konsumtif	34
b.	Perilaku Konsumtif	36
c.	Indikator Perilaku Konsumtif	38
d.	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif	39
4.	Label Halal	
a.	Pengertian Label	45
b.	Pengertian Halal	45
c.	Pengertian Label Halal	49
d.	Lembaga yang Mengeluarkan Label Halal	51
5.	Mutia Vie Skincare dan Natasha Skincare	
a.	Mutia Vie <i>Skincare</i>	52
b.	Natasha <i>Skincare</i>	54
B.	Penelitian Terdahulu	55
C.	Kerangka Berfikir	64
D.	Hipotesis Penelitian	68

BAB III METODE PENELITIAN

A.	Jenis dan Pendekatan Penelitian	74
B.	Setting Penelitian	74
C.	Populasi dan Sempel	75
D.	Tata Variabel Penelitian	75
E.	Desain dan Definisi Operasional	76
F.	Uji Validitas dan Reliabilitas Penelitian	82
G.	Uji Asumsi Klasik	83
H.	Teknik Pengumpulan Data	87
I.	Teknis Analisis Data	89

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian	
1. Gambaran Umum Obyek Penelitian	93
a. Profil IAIN Kudus	93
b. Visi, Misi, dan Tujuan IAIN Kudus	95
c. Gelar Akademik FEBI IAIN Kudus	95
2. Gambaran Umum Responden	98
a. Angkatan Responden	98
b. Semester Responden	98
c. Prodi Responden	99
3. Analisis Responden	100
a. Variabel <i>Brand Image</i>	100
b. Variabel Gaya Hidup Konsumtif	102
c. Variabel Label Halal	105
d. Variabel Keputusan Pembelian	107
4. Uji Validitas dan Reliabilitas	110
a. Uji Validitas	110
b. Uji Reliabilitas	113
5. Hasil Uji Asumsi Klasik	114
a. Uji Normalitas	114
b. Uji Multikolinieritas	115
c. Uji Heteroskedastisitas	117
d. Uji Autokolerasi	118
e. Uji Normalitas	119
6. Hasil Analisis Data	119
a. Analisis Regresi Linier Berganda	119
b. Uji t Parsial	121
c. Uji f Simultan	124
d. Koefisien Determinasi (R ²)	125
B. Pembahasan Hasil Penelitian	126
1. Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap Keputusan Pembelian Produk Mutia Vie <i>Skincare</i> dan Natasha <i>Skincare</i>	126
2. Pengaruh Gaya Hidup Konsumtif terhadap Keputusan Pembelian produk Mutia Vie <i>Skincare</i> dan Natasha <i>Skincare</i>	128
3. Pengaruh Label Halal terhadap Keputusan Pembelian produk Mutia Vie <i>Skincare</i> dan Natasha <i>Skincare</i>	130

4. Pengaruh <i>Brand Image</i> , Gaya Hidup Konsumtif, dan Label Halal terhadap Keputusan Pembelian produk Mutia Vie <i>Skincare</i> dan Natasha <i>Skincare</i>	131
--	-----

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	134
B. Keterbatasan Penelitian	134
C. Saran-Saran	135
D. Penutup.....	135

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



DAFTAR TABEL

3.1 Tabel Uji Autokolerasi	77
4.1 Tabel Gelar Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam	87
4.2 Tabel Jumlah Data Mahasiswa dan Mahasiswi FEBI IAIN Kudus Angkatan 2017-2019	96
4.3 Tabel Angkatan Responden	98
4.4 Tabel Semester Responden	98
4.5 Tabel Prodi Responden	99
4.6 Tabel Variabel Brand Image	100
4.7 Tabel Variabel Gaya Hidup Konsumtif	102
4.8 Tabel Variabel Label Halal	105
4.9 Tabel Variabel Keputusan Pembelian	107
4.10 Tabel Uji Validitas Brand Image	111
4.11 Tabel Uji Validitas Gaya Hidup Konsumtif	111
4.12 Tabel Uji Validitas Label Halal	112
4.13 Tabel Uji Validitas Keputusan Pembelian	112
4.14 Tabel Uji Reliabilitas Brand Image	112
4.15 Tabel Uji Reliabilitas Gaya Hidup Konsumtif	113
4.16 Tabel Uji Reliabilitas Label Halal	114
4.17 Tabel Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian	114
4.18 Tabel Hasil Uji Multikolinieritas	116
4.19 Tabel Hasil Uji Autokolerasi	118
4.20 Tabel Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	120
4.21 Tabel Hasil Uji t	122
4.22 Tabel Hasil Uji f	124
4.23 Tabel Hasil Uji Koefisien Determinasi	125

DAFTAR GAMBAR

2.1 Model Perilaku Konsumen dalam Pengambilan Keputusan	18
2.2 Model lima Tahap Proses Membeli	20
2.3 Label Hala pada Kemasan Produk	51
2.4 Kerangka Berfikir	68
3.1 Definisi Operasional	77
4.1 Hasil Uji Normalitas Grafik Histogram	115
4.2 Grafik Scatterplot Hasil Uji Heteroskedastisitas	117
4.3 Normal Probabiliti Plot	119

