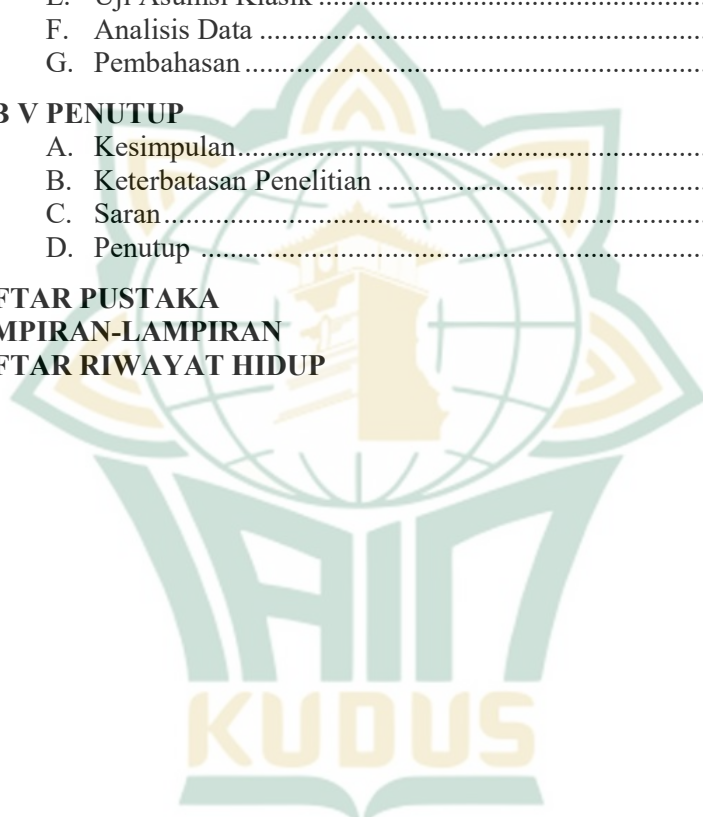


DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
PENGESAHAN SKRIPSI	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
ABSTRAK	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Manfaat Penelitian.....	5
E. Sistematika Penulisan.....	6
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Deskripsi Teori	8
1. Perilaku Konsumen.....	8
2. Perilaku Konsumen Muslim.....	12
3. Pengambilan Keputusan Pembelian.....	18
4. <i>Impulse Buying</i> (Pembelian tak terencana).....	24
5. <i>Religiositas</i>	28
6. <i>Personal Selling</i> (Penjualan Personal).....	33
7. <i>Display</i> Produk	47
B. Penelitian Terdahulu.....	54
C. Kerangka Berfikir.....	63
D. Hipotesis Penelitian.....	64
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	66
B. Populasi dan Sampel.....	66
C. Identifikasi Variabel	67
D. Variabel Operasional	68
E. Teknik Pengumpulan Data	72
F. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen	72
G. Uji Asumsi Klasik	73

H. Teknis Analisis Data.....	76
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	78
B. Gambaran Umum Responden.....	79
C. Deskripsi Angket.....	81
D. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen	88
E. Uji Asumsi Klasik	91
F. Analisis Data	94
G. Pembahasan	100
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan.....	107
B. Keterbatasan Penelitian	107
C. Saran	108
D. Penutup	109
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 : Jumlah Penduduk Indonesia Berdasarkan Agama	4
Tabel 2.1 : Hasil Penelitian Terdahulu.....	54
Tabel 3.1 : Variabel Operasional	64
Tabel 3.2 : Alternatif Jawaban Responden	72
Tabel 4.1 : Jenis Kelamin Responden Penelitian	79
Tabel 4.2 : Usia Responden Penelitian	79
Tabel 4.3 : Tingkat Pendidikan Responden Penelitian	80
Tabel 4.4 : Pekerjaan Responden Penelitian	80
Tabel 4.5 : Pengeluaran Responden Penelitian	81
Tabel 4.6 : Hasil Jawaban Responden Kuesioner Variabel X1 (Religiositas)	82
Tabel 4.7 : Hasil Jawaban Responden Kuesioner Variabel X2 (<i>Personal Selling</i>).....	84
Tabel 4.8 : Hasil Jawaban Responden Kuesioner Variabel X3 (<i>Display Produk</i>)	87
Tabel 4.9 : Hasil Jawaban Responden Kuesioner Variabel X4 (<i>Impulse Buying</i>)	88
Tabel 4.10 : Hasil Uji Validitas.....	89
Tabel 4.11 : Hasil Uji Reliabilitas.....	90
Tabel 4.12 : Hasil Uji Multikolinieritas	94
Tabel 4.13 : Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	94
Tabel 4.14 : Hasil Uji Parsial (Uji T).....	96
Tabel 4.15 : Hasil Uji Simultan (Uji F).....	99
Tabel 4.16 : Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	100

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 : Penggunaan Pendapatan Konsumen Muslim	13
Gambar 2.2 : Kerangka Berfikir.....	63
Gambar 4.1 : Hasil Uji Normalitas (<i>P-Plot</i>)	91
Gambar 4.2 : Hasil Uji Normalitas (<i>Kolmogorov-Smirnov</i>)	92
Gambar 4.3 : Hasil Uji Heteroskedastisitas (<i>Scatterplot</i>)	93

