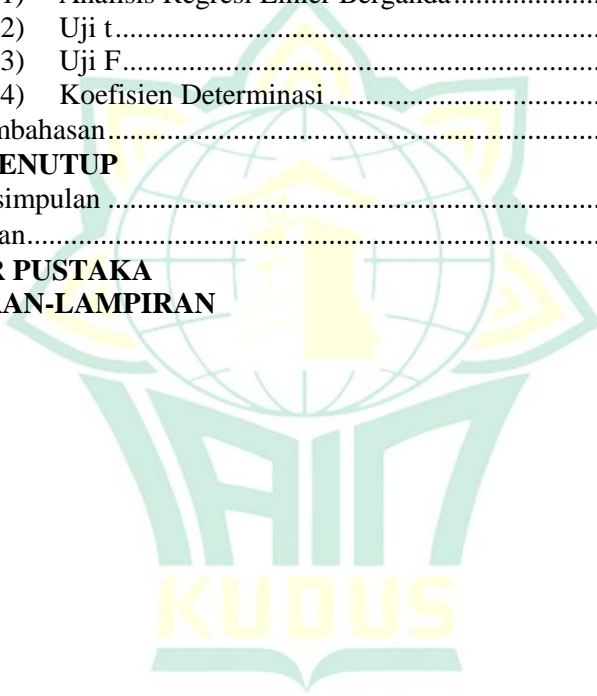


DAFTAR ISI

COVER.....	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI.....	ii
PENGESAHAN SKRIPSI	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
ABSTRAK.....	v
MOTTO.....	vi
PERSEMBAHAN	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN.....	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Manfaat Penelitian.....	6
E. Sistematika Penulisan.....	6
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Deskripsi Teori.....	8
1. Celebrity Endorser	8
a. Pengertian Celebrity Endorser.....	8
b. Celebrity Endorser dalam Perspektif Islam	9
c. Dimensi dan Indikator Celebrity Endorser	12
2. Kemasan Produk.....	14
a. Pengertian Kemasan Produk.....	14
b. Fungsi Kemasan Produk.....	15
c. Faktor yang Menyebabkan Kemasan Produk Mempunyai Peranan Penting.....	17
d. Kemasan Produk dalam Perspektif Islam	19
e. Dimensi dan Indikator Kemasan Produk.....	20
3. Perilaku Konsumen Muslim	22
a. Pengertian Perilaku Konsumen	22
b. Pengertian Perilaku Konsumen Muslim	22
c. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Pembelian Konsumen	23
d. Dimensi dan Indikator Perilaku Konsumen Muslim.....	26

B. Penelitian Terdahulu	28
C. Kerangka Berfikir.....	33
D. Hipotesis.....	34
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	36
B. Setting Penelitian.....	36
C. Populasi dan Sampel	36
1. Populasi	36
2. Sampel	37
D. Desain dan Definisi Operaional Variabel.....	38
E. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen	42
1. Uji Validitas.....	42
2. Uji Reliabilitas.....	42
F. Teknik Pengumpulan Data	43
G. Teknik Analisis Data.....	44
1. Uji Asumsi Klasik.....	44
a. Uji Normalitas	44
b. Uji Multikolinearitas	44
c. Uji Heteroskedastisitas	44
2. Uji Hipotesis	45
a. Analisis Regresi Linear Berganda	45
b. Uji t.....	45
c. Uji F.....	45
d. Koefisien Determinasi	46
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Hasil Penelitian	47
1. Gambaran Objek Penelitian	47
a. Profil NU Green Tea	47
b. Profil NCT 127.....	50
2. Gambaran Umum Responden.....	53
a. Kelas Responden	53
b. Usia Responden	54
c. Uang saku perbulan responden.....	55
3. Deskripsi Jawaban Responden	55
a. Deskripsi Jawaban Responden Variabel Celebrity Endorser.....	55
b. Deskripsi Jawaban Responden Variabel Kemasan Produk	58
c. Deskripsi Jawaban Responden Variabel Perilaku Konsumen Muslim	60

4. Analisis Data.....	62
a. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen	62
1) Uji Validitas.....	62
2) Uji Reliabilitas.....	64
b. Uji Asumsi Klasik	64
1) Uji Normalitas	64
2) Uji Multikolinearitas.....	65
3) Uji Heteroskedastisitas	66
c. Uji Hipotesis.....	67
1) Analisis Regresi Linier Berganda.....	67
2) Uji t.....	68
3) Uji F.....	70
4) Koefisien Determinasi.....	71
B. Pembahasan.....	72
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	74
B. Saran.....	74
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Perbandingan Penelitian Terdahulu dengan Penelitian Sekarang	28
Tabel 3.1 Populasi	37
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel	38
Tabel 4.1 Daftar Anggota NCT 127	52
Tabel 4.2 Data Responden Berdasarkan Kelas.....	54
Tabel 4.3 Data Responden Berdasarkan Usia.....	54
Tabel 4.4 Data Responden Berdasarkan Uang Saku Perbulan	55
Tabel 4.5 Deskripsi Jawaban Responden Variabel Celebrity Endorser.....	55
Tabel 4.6 Deskripsi Jawaban Responden Variabel Kemasan Produk	58
Tabel 4.7 Deskripsi Jawaban Responden Variabel Perilaku Konsumen Muslim	60
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Celebrity Endorser (X1)	63
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Kemasan Produk (X2)	63
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Perilaku Konsumen Muslim (Y)	63
Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen	64
Tabel 4.12 Hasil Uji Multikolinearitas	66
Tabel 4.13 Hasil Regresi Linear Berganda.....	68
Tabel 4.14 Hasil Uji t	69
Tabel 4.15 Hasil Uji F	72
Tabel 4.16 Hasil Koefisien Determinasi.....	73

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir	34
Gambar 2.2 Pengaruh celebrity Endorser terhadap perilaku konsumen muslim	35
Gambar 2.3 Pengaruh Kemasan Produk terhadap perilaku konsumen muslim	35
Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas	65
Gambar 4.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas	67

