

DAFTAR ISI

| | |
|---|-------|
| HALAMAN JUDUL | i |
| HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI | ii |
| HALAMAN PENGESAHAN | iii |
| PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI | iv |
| ABSTRAK | v |
| MOTTO | vi |
| PERSEMBAHAN | vii |
| PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN | viii |
| KATA PENGANTAR | x |
| DAFTAR ISI | xii |
| DAFTAR TABEL | xv |
| DAFTAR GAMBAR | xvii |
| DAFTAR GRAFIK | xviii |
| BAB I PENDAHULUAN | |
| A. Latar Belakang Masalah | 1 |
| B. Rumusan Masalah | 14 |
| C. Tujuan Penelitian..... | 14 |
| D. Manfaat Penelitian..... | 15 |
| 1. Manfaat Teoritis | 15 |
| 2. Manfaat Praktis | 15 |
| E. Sistematika Penulisan..... | 15 |
| BAB II PEMBAHASAN | |
| A. Deskripsi Teori | 18 |
| 1. Pembelian Impulsif | 18 |
| a. Pengertian Pembelian Impulsif | 18 |
| b. Tipe Pembelian Impulsif | 21 |
| c. Faktor Yang Mempengaruhi Pembelian Impusif | 22 |
| d. Karakteristik Pembelian Impulsif | 23 |

| | |
|--|----|
| e. Pembelian Impulsif dalam Pandangan Islam | 25 |
| f. Indikator Pembelian Impulsif | 27 |
| 2. Nilai Belanja Hedonis | 27 |
| a. Pengertian Nilai Belanja Hedonis | 27 |
| b. Dimensi dan Indikator Nilai Belanja Hedonis | 30 |
| 3. Potongan Harga | 31 |
| a. Pengertian Potongan Harga | 31 |
| b. Jenis Potongan Harga | 32 |
| c. Indikator Potongan Harga..... | 33 |
| 4. <i>Islamic Branding</i> | 34 |
| a. Pengertian <i>Islamic Branding</i> | 34 |
| b. Tipe <i>Islamic Branding</i> | 38 |
| c. Dimensi dan Indikator <i>Islamic Branding</i> | 39 |
| B. Penelitian Terdahulu | 40 |
| C. Kerangka Berpikir..... | 49 |
| D. Hipotesis | 51 |

BAB III METODE PENELITIAN

| | |
|--|----|
| A. Jenis dan Pendekatan Penelitian | 56 |
| B. Populasi dan Sampel | 57 |
| C. Identifikasi Variabel | 59 |
| D. Variabel Operasional | 60 |
| E. Teknik Pengumpulan Data | 65 |
| F. Teknik Analisis Data | 67 |

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

| | |
|------------------------------------|-----|
| A. Hasil Penelitian | 79 |
| 1. Gambaran Obyek Penelitian | 79 |
| a. Profil Elzatta Hijab..... | 79 |
| b. Struktur Organisasi | 81 |
| c. Visi dan Misi Perusahaan | 82 |
| d. Produk Elzatta | 82 |
| e. Karakteristik Responden | 84 |
| f. Deskripsi Angket | 87 |
| 2. Analisis Data | 100 |
| a. Uji Validitas | 100 |
| b. Uji Reliabilitas | 104 |
| c. Uji Asumsi Klasik | 105 |

| | |
|---|-----|
| 1) Uji Normalitas | 105 |
| 2) Uji Multikolonieritas | 106 |
| 3) Uji Heteroskedastisitas | 107 |
| 4) Uji Autokorelasi | 108 |
| d. Uji Hipotesis | 109 |
| 1) Analisis Regresi Linier Berganda | 109 |
| 2) Analisis Koefisien Determinasi (R^2) | 110 |
| 3) Uji F (simultan) | 111 |
| 4) Uji T (parsial) | 112 |
| B. Pembahasan | 114 |
| BAB V PENUTUP | |
| A. Kesimpulan | 122 |
| B. Saran | 123 |
| DAFTAR PUSTAKA | |
| LAMPIRAN-LAMPIRAN | |
| DAFTAR RIWAYAT HIDUP | |

DAFTAR TABEL

| | |
|---|-----|
| Tabel 1.1 Top Brand Index Hijab Bermerek | 3 |
| Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu | 41 |
| Tabel 3.1 Operasional Variabel | 60 |
| Tabel 3.2 Skala Pembobotan Jawaban Instrumen Penelitian | 66 |
| Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas Non Responden Nilai Belanja Hedonis | 69 |
| Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas Non Responden Potongan Harga | 69 |
| Tabel 3.5 Hasil Uji Validitas Non Responden <i>Islamic Branding</i> | 70 |
| Tabel 3.6 Hasil Uji Validitas Non Responden Pembelian Impulsif | 71 |
| Tabel 3.7 Hasil Uji Reliabilitas Non Responden | 72 |
| Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin | 85 |
| Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia | 85 |
| Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Profesi | 86 |
| Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pengeluaran | 87 |
| Tabel 4.5 Data Hasil Persentase Variabel Nilai Belanja Hedonis | 88 |
| Tabel 4.6 Data Hasil Persentase Potongan Harga | 92 |
| Tabel 4.7 Data Hasil Persentase <i>Islamic Branding</i> | 95 |
| Tabel 4.8 Data Hasil Persentase Pembelian Impulsif | 97 |
| Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Pertama Nilai Belanja Hedonis .. | 100 |
| Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Kedua Nilai Belanja Hedonis | 101 |
| Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas Variabel Potongan Harga | 102 |

| | |
|---|-----|
| Tabel 4.12 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Islamic Branding</i> | 103 |
| Tabel 4.13 Hasil Uji Validitas Variabel Pembelian Impulsif | 103 |
| Tabel 4.14 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian | 104 |
| Tabel 4.15 Uji Multikolinieritas | 107 |
| Tabel 4.16 Uji Heteroskedastisitas | 108 |
| Tabel 4.17 Uji Autokorelasi | 108 |
| Tabel 4.18 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda | 109 |
| Tabel 4.19 Hasil Analisis Koefisien Determinasi | 111 |
| Tabel 4.20 Hasil Uji F (Simultan) | 112 |
| Tabel 4.21 Hasil Uji T (Parsial) | 113 |



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Teoritis 51
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Galeri Elzatta Hijab Kudus ... 81
Gambar 4.2 Uji Normalitas 106



DAFTAR GRAFIK

Grafik 1.1 Laporan Penjualan Elzatta Hijab Kudus
2016-2020 10

