

DAFTAR ISI

HALAMAM JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
HALAMAN MOTTO.....	v
HALAMAN PESEMBAHAN .....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
ABSTRAK.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL .....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
<b>BAB I : PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang.....	1
B. Batasan Penelitian.....	7
C. Rumusan Masalah.....	7
D. Tujuan Penelitian.....	8
E. Kegunaan Hasil Penelitian.....	8
F. Sistematika Penulisan.....	9
<b>BAB II : LANDASAN TEORI</b>	
A. Pemasaran .....	10
1. Pengertian Pemasaran .....	10
2. Bauran Pemasaran.....	10
B. Perilaku Konsumen .....	12
1. Pengertian Perilaku Konsumen.....	12
2. Perilaku Konsumen Dalam Islam.....	14

C. <i>Brand Image</i> .....	17
1. Pengertian <i>Brand Image</i> .....	17
2. <i>Brand Image</i> dalam Pandangan Islam.....	20
3. Komponen-Komponen Citra Merek.....	22
4. Manfaat Merek .....	24
D. Gaya Hidup ( <i>Life Style</i> ).....	25
1. Pengertian Gaya Hidup ( <i>Life Style</i> ).....	25
2. Konsep Gaya Hidup Dan Pengukuran.....	26
3. Nilai Dan Gaya Hidup.....	27
E. Keputusan Pembelian.....	30
1. Pengertian Keputusan Pembelian.....	30
2. Fakor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen.....	31
3. Proses Pembelian.....	33
4. Tahap dalam proses Pengambilan Keputusan Untuk Membeli.....	35
5. Motif Pembelian Dalam Islam.....	37
F. Hasil Penelitian Terdahulu.....	38
G. Kerangka Berfikir.....	43
H. Hipotesis Penelitian.....	44

**BAB III : METODE PENELITIAN**

A. Jenis Penelitian dan Pendekatan Penelitian.....	48
B. Sumber Data.....	48
1. Data Primer .....	48
2. Data Sekunder.....	49
C. Populasi dan Sampel.....	49
D. Tata Variabel Penelitian.....	50
E. Definisi Operasional.....	51
F. Teknik Pengumpulan Data .....	54
1. Metode Dokumentasi .....	54

2. Observasi.....	54
3. Metode Kuesioner (Angket).....	55
G. Uji Validitas Dan Realibilitas Instrumen.....	55
1. Uji Validitas Instrumen.....	55
2. Realibilitas Konsumen.....	56
H. Uji Asumsi Klasik.....	56
1. Uji Multikolinieritas.....	56
2. Uji Autokorelasi.....	57
3. Uji Normalitas.....	58
4. Uji Data Heteroskedastisitas.....	58
I. Teknik Analisis Data.....	59
1. Menghitung Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	59
2. Uji-t (parsial).....	59
3. Uji F.....	60

**BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	61
1. Sejarah Zoya.....	61
2. Visi Misi Zoya.....	62
3. Profil Produk Zoya.....	63
4. Pfofil Zoya Kudus.....	64
B. Deskripsi Data Penelitian.....	66
1. Jenis Kelamin Responden.....	66
2. Pekerjaan.....	67
3. Umur.....	67
C. Analisis Data.....	68
1. Hasil Uji Realibilitas Konsumen.....	68
D. Deskripsi Angket.....	70
1. Angket tentang <i>Brand Image</i> .....	70
2. Angkat tentang <i>Life Style</i> .....	71
3. Angkat tentang Keputusan Pembelian.....	72

E. Hasil Uji Asumsi Klasik .....	73
1. Uji Multikolonieritas .....	73
2. Uji Autokorelasi .....	74
3. Uji Normalitas .....	75
4. Uji Heteroskedastisitas .....	76
F. Analisis Data.....	77
1. Koefisien Determinasi.....	77
2. Uji Parsial (Uji t).....	78
3. Uji Simultan (Uji f).....	79
G. Pembahasan.....	81
1. Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap Keputusan Pembelian	81
2. Pengaruh <i>Life Style</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	82
3. Pengaruh <i>Brand Image</i> dan <i>Life Style</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	83
H. Implikasi Penelitian.....	84
1. Teoritis.....	84
2. Praktis .....	84
 <b>BAB V : PENUTUP</b>	
A. Simpulan.....	86
B. Keterbatasan Penelitian .....	87
C. Saran.....	87
D. Penutup.....	88

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN-LAMPIRAN**

**DAFTAR RIWAYAT PENDIDIKAN**

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Keuntungan Asosiasi Merek.....	22
Tabel 1.2	<i>Inventarisasi</i> Gaya Hidup .....	28
Table 1.3	Karakteristik Kelompok Konsumen.....	29
Tabel 2.1	Definisi Operasional.....	52
Tabel 3.1	Jenis Kelamin Responden.....	67
Tabel 3.2	Pekerjaan Responden.....	67
Tabel 3.3	Umur .....	68
Tabel 3.4	Uji Realiabilitas Instrumen.....	68
Tabel 3.5	Uji Validitas Instrumen.....	69
Tabel 3.6	Tabel Variabel <i>Brand Image</i> .....	71
Tabel 3.7	Tabel Variabel <i>Life Style</i> .....	72
Tabel 3.8	Tabel Variabel Keputusan Pembelian.....	73
Tabel 3.9	Korelasi.....	74
Tabel 3.10	Hasil Uji Autokorelasi.....	75
Tabel 3.11	Hasil Koefisien Determinan.....	78
Tabel 3.12	Koefisien Regresi.....	78
Tabel 3.13	Anova.....	80
Tabel 3.14	Coefficients.....	80

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Kerangka Berfikir .....	43
Gambar1.2	Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap Keputusan Pembelian .....	46
Gambar 1.3	Pengaruh <i>Life Style</i> terhadap Keputusan Pembelian .....	46
Gambar 1.4	Pengaruh <i>Brand Image</i> dan <i>Life Style</i> terhadap Keputusan Pembelian .....	47
Gambar 2.1	Daftar Struktur Organisasi <i>Outlet Zoya Kudus</i> .....	65
Gambar 2.2	Hasil Uji Normalitas .....	75
Gambar 2.3	Normal Probality Plot .....	76
Gambar 2.4	Grafik Scatterplot .....	77

