**DAFTAR ISI**

**KATA PENGANTAR i**

**DAFTAR ISI iv**

**DAFTAR TABEL vii**

**DAFTAR GAMBAR viii**

**BAB I PENDAHULUAN 1**

1.1 Latar belakang 1

1.2 Identifikasi Masalah 10

1.3 Batasan Masalah 11

1.4 Rumusan Masalah 12

1.5 Tujuan Penelitian 12

1.6 Manfaat Penelitian 12

**BAB II TINJAUAN PUSTAKA 15**

2.1 Keputusan pembelian 15

2.1.1 Pengertian Keputusan pembelian 15

2.1.2 Faktor yang mempengaruhi pembelian 16

2.1.3 Indikator Keputusan pembelian 18

2.2 Gaya hidup 19

2.2.1 Pengertian Gaya hidup 19

2.2.2 Faktor yang mempengaruhi Gaya hidup 22

2.2.3 Indikator Gaya hidup 25

2.3 Atribut produk 27

2.3.1 Pengertian Atribut produk 27

2.3.2 Faktor yang Mempengaruhi Atribut produk 27

2.3.4 Indikator Atribut produk 29

2.4 Promosi 30

2.4.1 Pengertian Promosi 30

2.4.2 Faktor yang Mempengaruhi Promosi 32

2.4.4 Indikator Promosi 33

2.4 Penelitian Terdahulu 34

2.5 Kerangka Konseptual 37

2.6 Hipotesis 38

**BAB III METODE PENELITIAN 40**

3.1 Desain Penelitian 40

3.2 Populasi dan Sampel 41

3.2.1 Populasi 41

3.2.2 Sampel 41

3.3 Jadwal Penelitian 41

3.3.1 Lokasi Penelitian 41

3.3.2 Jadwal Penelitian 41

3.4 Variabel dan Indikator 42

3.4.1 Variabel 42

3.4.1.1 Variabel Independen (X) 42

3.4.1.2 Variabel Dependen (Y) 42

3.4.2 Indikator 43

3.5 Instrumen Penelitian 44

3.6 Jenis dan Sumber Data 45

3.7 Teknik Pengumpulan Data 45

3.8 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas 46

3.8.1 Uji Validitas 46

3.8.2 Uji Reliabilitas 47

3.9 Teknik Analisis Data 48

3.9.1 Regresi Linear Berganda 49

3.9.2 Uji Asumsi Klasik 50

3.9.2.1 Uji Normalitas 50

3.9.2.2 Uji Heteroskedastisitas 51

3.9.2.3 Uji Multikolinearitas 51

3.9.3 Uji Hipotesis 52

3.9.3.1 Uji Koefision Determinan 52

3.9.3.2 Uji Simultan (Uji F) 52

3.9.3.3 Uji t-Statistik 52

**BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN 54**

4.1 Hasil Penelitian 54

4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan 54

4.1.4 Karakteristik Responden 57

4.1.5 Metode Analisis Data 59

4.1.5.1 Uji Validitas dan Reliabilitas………………………… 59

4.1.5.2 Uji Asumsi Klasik…………………………………….64

4.1.5.3 Uji Regresi Linear Berganda………………………….67

4.1.5.4 Uji Hipotesis…………………………………………..68

4.2 Pembahasan 71

4.2.1 Pengaruh Harga (X1) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)…71

4.2.2 Pengaruh Kualitas Produk (X2) Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan (Y). 73

4.2.3 Pengaruh Citra Merek (X3) Terhadap Keputusan Pembelian (Y). 74

**BAB V KESIMPULAN DAN SARAN 76**

5.1 Kesimpulan 76

5.2 Saran 77

**DAFTAR PUSTAKA 78**

**DAFTAR TABEL**

Tabel 1.1 Pasar Konsumsi Pakaian Muslim Terbesar 2

Tabel 1.2 Pra Survey Variabel Keputusan Pembelian (Y) 8

Tabel 1.3 Pra Survey Variabel Gaya hidup (X1) 8

Tabel 1.4 Pra Survey Atribut produk (X2) 9

Tabel 1.5 Pra Survey Promosi (X3) 10

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu 34

Tabel 3.1 Jadwal Penelitian 42

Tabel 3.2 Indikator Penelitian 43

Tabel 3.3 Skala Likert 45

Tabel 4.1 Karakteristik Jenis Kelamin……………………………………… 57

Tabel 4.2 Karakteristik Umur Responden…………………………………… 58

Tabel 4.3 Karakteristik Tingkat Pendidikan………………………………… 58

Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Gaya Hidup (X1)……………………………… 59

Tabel 4.5 Keterangan Uji Validitas Variabel Gaya Hidup…………………. 59

Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas atribut produk (X2)……………………………. 60

Tabel 4.7 Keterangan Uji Validitas Variabel atribut produk…………………61

Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas promosi (X3)…………………………………. 62

Tabel 4.9 Keterangan Uji Validitas Variabel promosi (X3)…………………..62

Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Variabel keputusan pembelian (Y) 63

Tabel 4.11 Keterangan Uji Validitas Variabel keputusan pembelian (Y) 64

Tabel 4.12 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Penelitian 65

Tabel 4.13 Hasil Uji Multikolinieritas 66

Tabel 4.14 Hasil Regresi Linear Berganda 67

Tabel 4.15 Hasil Uji Parsial (Uji t) 69

Tabel 4.16 Hasil Uji Simultan (Uji F) 70

Tabel 4.17 Hasil Determinasi (R2) 72

**DAFTAR GAMBAR**

Gambar 1.1 Detail Bahan Hijab Paris Premium 4

Gambar 1.2 Varian Warna Hijab Paris Premium 5

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual 38

Gambar 4.1 Hijab Paris Premium 55

Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas 65

Gambar 4.3 Hasil Uji Heterokedastisitas 67