

DARTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN	
LEMBAR PUBLIKASI	
KATA PENGANTAR.....	Error! Bookmark not defined.
DARTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	vii
DAFTAR LAMPIRAN.....	8
BAB I PENDAHULUAN.....	Error! Bookmark not defined.
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
1.2 Identifikasi Dan Rumusan Masalah.....	Error! Bookmark not defined.8
1.2.1 Identifikasi Masalah.....	Error! Bookmark not defined.9
1.2.2 Rumusan Masalah.....	19
1.3 Maksud Dan Tujuan Penelitian.....	20
1.3.1 Maksud Penelitian.....	20
1.3.2 Tujuan Penelitian.....	20
1.4 Kegunaan Penelitian.....	21
1.4.1 Kegunaan Praktis.....	21
1.4.2 Kegunaan Akademis.....	22
1.5 Lokasi Dan Waktu Penelitian.....	22
1.5.1 Lokasi Penelitian.....	22
1.5.2 Waktu Penelitian.....	22
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS.....	23
2.1 Kajian Pustaka.....	23
2.1.1 Lifestyle (Gaya Hidup).....	23
2.1.1.1Kategori Gaya Hidup.....	24
2.1.1.2Nilai Gaya Hidup.....	24
2.1.1.3Indikator Gaya Hidup.....	24
2.1.2 Islamic Branding (Branding Islami).....	Error! Bookmark not defined.
2.1.2.1Klasifikasi Islamic Branding.....	24
2.1.2.2Indikator Islamic Branding.....	24

2.1.3	Keputusan Pembelian.....	Error! Bookmark not defined.
	2.1.3.1 Tahap-tahap dalam proses Keputusan Pembelian	24
	2.1.3.1 Indikator Keputusan Pembelian	24
2.1.4	Hasil Penelitian Terdahulu.....	Error! Bookmark not defined.
2.2	Kerangka Pemikiran	Error! Bookmark not defined.
2.2.1	Pengaruh Lifestyle terhadap Keputusan Pembelian. Error! Bookmark not defined.	
2.2.2	Pengaruh Islamic Branding terhadap Keputusan Pembelian	Error! Bookmark not defined.
2.2.3	Pengaruh Lifestyle dan Islamic Branding Terhadap Keputusan Pembelian.....	Error! Bookmark not defined.
2.3	Hipotesis.....	30
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		31
3.1	Objek Penelitian.....	32
3.2	Metodologi Penelitian	32
3.2.1	Desain Penelitian.....	32
3.2.2	Operasionalisasi Variabel	33
3.2.3	Sumber dan Teknik Penentuan Data	37
3.2.4	Teknik Pengumpulan Data.....	38
3.2.5	Rancangan Analisis dan Pengujian Hipotesis	71
BAB VI HASIL DAN PEMBAHASAN		31
4.1	Gambaran Umum Perusahaan	32
4.1.1	Sejarah Singkat Perusahaan	83
4.1.2	Visi dan Misi Perusahaan.....	83
4.1.3	Struktur Organisasi	84
4.2	Karakteristik Responden	85
4.2.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	86
4.2.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendapatan	87
4.2.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	88
4.3	Analisis Deskriptif.....	85
4.3.1	Analisis Deskriptif Gaya Hidup.....	86

4.3.2	Analisi Deskriptif Islamic Branding	86
4.3.3	Analisis Deskriptif Keputusan Pembelian	86
4.4	Analisis Verifikatif	85
4.4.1	Uji Asumsi Klasik.....	86
4.4.2	Uji Multikolenitas.....	86
4.4.3	Uji Heteroskedastitas	86
4.4.4	Analisis Persamaan Linier Berganda	86
4.4.5	Analisis Korelasi.....	86
4.4.5	Koefisiensi Determinasi.....	86
4.5	Pengujian Hepotesis.....	85
4.5.1	Pengujian Hepotesis Parsial X1	86
4.5.2	Pengujian Hepotesis Parsial X2	86
4.5.3	Koefisiensi Determinasi.....	86
4.5.4	Pengujian Hepotesis Simultan (Uji f)	86
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		31
5.1	KESIMPULAN	85
5.1	SARAN.....	85
DAFTAR PUSTAKA.....		xi

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1.1 Pengeluaran Muslim Indonesia untuk Gaya Hidup Halal	5
1.2 Tabel Kuisisioner Awal Mengenai Gaya Hidup (X1)	7
1.3 Tabel Kuisisioner Awal Mengenai Islamic Branding (X2)	8
1.4 Tabel Kuisisioner Awal Keputusan Pembelian (Y)	10
1.6 Tabel Time Schedule	22
2.1 Tabel Penelitian Terdahulu	35
3.1 Tabel Desain Penelitian	54
3.2 Tabel Operasional Variabel	55
3.3 Tabel Interpretasi Niai R	64
3.4 Tabel Standar Penilaian Koefisien Validitas Dan Realibilitas	69
3.5 Tabel Kriteria Persentase Skor Tanggapan Responden Terhadap Skor Ideal	71
3.6 Tabel Keeratan Korelasi	77

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1.1 Produk yang mengalami peningkatan pembelian pada bulan Februari dan Maret 2020	9
1.2 Diagram Jumlah Sertifikat halal yang dikeluarkan MUI sampai tahun 2018	10
1.3 Global Islamic Economy	11
1.4 Halal Cosmetics And Personal Care Market Analysis Highlights the Impact of COVID-19 (2020-2024) Growing Interest In Personal Grooming to boost the Market Growth	13
1.5 Iklan produk Kebersihan Sahaja pada media sosial Instagram	15
2.1 Model Tahap-Tahap Keputusan Pembelian	32
2.2 Paradigma Penelitian	49
3.1 Daerah Penerimaan Dan Penolakan Ho	80

DAFTAR LAMPIRAN

No.	Nama Lampiran
Lampiran 1	Kuisisioner
Lampiran 2	Tabulasi
Lampiran 3	Daftar Riwayat Hidup
Lampiran 4	Berita Acara Bimbingan
Lampiran 5	Berita Acara Sidang Akhir
Lampiran 6	Lembar Revisi Sidang Akhir
Lampiran 7	Lembar Pengesahan
Lampiran 8	Surat Keterangan Publikasi
Lampiran 9	Surat Pernyataan Keaslian