

## DAFTAR ISI

<b>SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI</b> .....	<b>i</b>	
<b>LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI</b> .....	<b>ii</b>	
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>iv</b>	
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>v</b>	
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>vii</b>	
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>x</b>	
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xi</b>	
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xiii</b>	
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>		
A. Latar Belakang Masalah.....	1	
B. Rumusan Masalah .....	8	
C. Tujuan Penelitian .....	9	
D. Kontribusi Penelitian .....	9	
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS</b> .....		<b>10</b>
A. Kajian Pustaka .....	10	
1. Perilaku Konsumen .....	10	
a) Pengertian Perilaku konsumen .....	10	
b) Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen.....	11	
c) Konsep-konsep Perilaku Konsumen .....	13	
2. Keputusan Pembelian.....	14	
a) Pengertian Keputusan Pembelian.....	14	
b) Indikator Keputusan Pembelian .....	15	
3. <i>Celebrity Endorse</i> .....	15	
a) Pengertian <i>Celebrity Endorse</i> .....	15	
b) Dimensi dan Indikator <i>Celebrity Endorse</i> .....	16	
4. Citra Merek .....	18	
a) Pengertian Citra Merek .....	18	

b) Dimensi atau Indikator Citra Merek .....	19
5. Promosi .....	20
a) Pengertian Promosi .....	20
b) Dimensi atau Indikator variabel promosi.....	22
6. Hubungan antar Variabel .....	23
a) Hubungan antara <i>celebrity endorse</i> terhadap keputusan pembelian. ....	23
b) Hubungan antara citra merek dengan keputusan pembelian.....	24
c) Hubungan antara promosi terhadap keputusan pembelian.....	24
7. Penelitian Terdahulu .....	25
B. Kerangka Penelitian .....	27
C. Hipotesis .....	28
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>29</b>
A. Waktu dan Tempat penelitian .....	29
B. Desain Penelitian .....	29
C. Definisi Oprasional Variabel .....	30
D. Pengukuran Variabel.....	33
E. Populasi dan Sampel Penelitian .....	33
F. Jenis Data Peneliti dan Teknik Pengumpulan Data .....	35
G. Metode Analisis Data.....	36
<b>BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>41</b>
A. Gambaran Umum Busana Muslim.....	41
B. Karakteristik Jawaban Berdasarkan Responden .....	42
1) Karakteristik Responden Berdasarkan .....	42
2) Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	43
3) Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir .....	44
4) Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	44
5) Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan.....	45
6) Karakteristik Responden Berdasarkan Pembelian PerBulan .....	46
7) Karakteristik Responden Berdasarkan Merek Busana Muslim .....	47
8) Karakteristik Responden Berdasarkan <i>Celebrity Endorse</i> .....	48
C. Analisis Deskriptif .....	49
1) <i>Celebrity Endorse</i> .....	49

2) Citra Merek .....	50
3) Promosi .....	51
4) Keputusan Pembelian.....	52
D. Metode Analisis Data : Component Based Structural Equation Modeling.....	52
1. Evaluasi <i>Measurment Model (Outer Model)</i> .....	53
2. Uji Hipotesis ( <i>Inner Model</i> ).....	61
E. Pembahasan.....	65
1) Pengaruh <i>Celebrity Endorse</i> Terhadap Keputusan Pembelian .....	65
2) Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian .....	66
3) Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian .....	68
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
A. Kesimpulan .....	70
B. Saran .....	71
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>74</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>78</b>

