

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
ABSTRACT	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	14
1.3 Tujuan Penelitian	15
1.4 Manfaat Penelitian	16
1.5 Sistematika Penulisan	18
BAB II KAJIAN PUSTAKA	20
2.1 Landasan Teori.....	20
2.1.1 Teori Perilaku Konsumen	20
2.1.1.1 Teori Keseimbangan Konsumen.....	23
2.1.2 Teori Permintaan Individu dan Perubahan Harga.....	26
2.1.2.1 Teori Permintaan Individu dan Perubahan Pendapatan....	29
2.1.3 Teori Konsumsi Islami.....	32
2.1.3.1 Integrasi Perilaku Konsumsi Konvensional dan Islami....	37
2.1.4 Kriteria Hijab Syar'i Menurut Al-Qur'an, Hadits dan Ijma Ulama'.....	40
2.2 Hubungan Antar Variabel.....	45

2.2.1 Hubungan Tren Fesyen Muslim Terhadap Keputusan Konsumsi Hijab Syar'i	45
2.2.2 Hubungan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Konsumsi Hijab Syar'i	47
2.2.3 Hubungan Kepatuhan Syariah terhadap Keputusan Konsumsi Hijab Syar'i	48
2.2.4 Hubungan Pendapatan terhadap Keputusan Konsumsi Hijab Syar'i	48
2.3 Penelitian Terdahulu.....	50
2.4 Kerangka Pemikiran.....	55
2.5 Hipotesis Penelitian	60
BAB III METODE PENELITIAN	61
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	61
3.1.1 Variabel Penelitian.....	61
3.1.2 Definisi Operasional Variabel.....	62
3.2 Populasi dan Sampel	67
3.2.1 Populasi	67
3.2.2 Sampel	68
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	69
3.3.1 Data Primer.....	69
3.3.2 Data Sekunder.....	69
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	70
3.5 Metode Analisis Data.....	71
3.5.1 Analisis Deskriptif.....	72
3.5.2 Analisis Kuantitatif.....	72
3.5.4 Uji Validitas	72
3.5.5 Uji Realibilitas.....	73
3.5.6 <i>Logistic Regression Analysis Model</i>	73
3.5.7 Uji Statistik.....	75
3.5.7.1 Uji Kelayakan Model Regresi (<i>Hosmer and Lemeshow Test</i>).....	75

3.5.7.2 Menilai Keseluruhan Model (<i>Overall Fit Model</i>)	75
3.5.7.3 Tabel Klasifikasi	76
3.5.7.4 Koefisien Determinasi (R^2)	76
3.5.7.5 Uji Simultan Logistik (<i>Omnibus Test</i>)	77
3.5.7.6 Uji Parsial Logistik (<i>Wald Test</i>)	77
3.5.7.7 Peluang Variabel Independen (<i>Odds Ratio</i>)	79
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	80
4.1 Gambaran Umum Penelitian	80
4.2 Gambaran Umum Responden	81
4.2.1 Usia Responden	82
4.2.2 Domisili Kecamatan Responden	84
4.2.3 Pekerjaan Responden	86
4.3 Analisis Data	87
4.3.1 Analisis Data Indeks Jawaban Responden	88
4.3.1.1 Indeks Jawaban Responden Variabel Tren Fesyen Muslim (X1)	89
4.3.1.2 Indeks Jawaban Responden Variabel Persepsi Harga (X2)	92
4.3.1.3 Indeks Jawaban Responden Variabel Kepatuhan Syariah (X3)	94
4.3.1.4 Distribusi Frekuensi Variabel Pendapatan (X4)	97
4.3.1.5 Distribusi Frekuensi Variabel Keputusan Konsumsi Hijab Syar'i (Y)	98
4.3.2 Uji Validitas	100
4.3.3 Uji Reliabilitas	103
4.3.4 Analisis Regresi Logistik Biner	104
4.3.4.1 Uji Kelayakan Model Regresi Logistik	105
4.3.4.2 Uji Keseluruhan Model	107
4.3.4.3 <i>Classification Table</i>	109
4.3.4.4 Uji Koefisien Determinasi (<i>Nagelkerke R Square</i>)	110
4.3.4.5 Uji <i>Omnibus</i> (Uji Simultan Logistik)	112

4.3.4.6 Uji <i>Wald</i> (Uji Parsial Logistik)	113
4.3.4.7 Interpretasi <i>Odds Ratio</i>	116
4.4 Pembahasan.....	118
4.4.1 Pengaruh Tren Fesyen Muslim (X1) terhadap Keputusan Konsumsi Hijab Syar'i (Y).....	118
4.4.2 Pengaruh Persepsi Harga (X2) terhadap Keputusan Konsumsi Hijab Syar'i (Y).....	121
4.4.3 Pengaruh Kepatuhan Syariah (X3) terhadap Keputusan Konsumsi Hijab Syar'i (Y).....	124
4.4.4 Pengaruh Pendapatan (X4) terhadap Keputusan Konsumsi Hijab Syar'i (Y).....	126
BAB V PENUTUP.....	129
5.1 Kesimpulan	129
5.2 Keterbatasan Penelitian.....	131
5.3 Saran	132
DAFTAR PUSTAKA.....	135
LAMPIRAN.....	138

