

DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN NOTA PERSETUJUAN PEMBIMBING.....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN SURAT PERNYATAAN.....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN MOTTO .....</b>	<b>v</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>vi</b>
<b>HALAMAN KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>HALAMAN ABSTRAK .....</b>	<b>ix</b>
<b>HALAMAN DAFTAR ISI.....</b>	<b>x</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang .....	1
B. Fokus Penelitian.....	6
C. Rumusan Masalah.....	6
D. Tujuan Penelitian .....	6
E. Manfaat Penelitian .....	6
F. Sistematika Penulisan .....	7
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA</b>	
A. Perilaku Konsumen.....	9
1. Pengertian Perilaku Konsumen.....	9
2. Dasar Perilaku konsumen .....	11
3. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen .....	11
4. Teori Perilaku Konsumen .....	14
B. Perilaku Konsumen Muslim .....	14
C. Keputusan Pembelian.....	17
1. Pengertian Keputusan Pembelian .....	17
2. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian.....	18
3. Tipe Pengambilan Keputusan .....	18

4. Tahap-Tahap Proses Keputusan Pembelian.....	19
D. Produk.....	21
1. Pengertian Produk.....	21
2. Tingkatan Produk.....	22
E. Media Sosial.....	22
F. Penelitian Terdahulu .....	25
G. Kerangka Berfikir .....	27
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian .....	30
B. Waktu dan Lokasi Penelitian .....	30
C. Subyek dan Obyek Penelitian .....	30
D. Sumber Data.....	31
E. Instrumen Penelitian .....	32
F. Teknik Pengumpulan Data.....	32
G. Uji Keabsahan Data .....	33
H. Analisis Data.....	35
<b>BAB IV HASIL DAN ANALISIS</b>	
A. Gambaran Umum Desa Kuryokalangan .....	39
B. Sejarah Desa Kuryokalangan .....	40
C. Demografi Desa Kuryokalangan.....	41
D. Data Penelitian .....	44
1. Data Mengenai Keputusan Pembelian Produk Pakaian Wanita Muslim Melalui Media Sosial Instagram di Desa Kuryokalangan.....	44
2. Data Mengenai Faktor Yang Mendorong Konsumen Wanita di Desa Kuryokalangan Dalam Memutuskan Pembelian Produk Pakaian Melalui Media Sosial Instagram.....	51
E. Analisis .....	56

1. Analisis Keputusan Pembelian Produk Pakaian Wanita Muslim Melalui Media Sosial Instagram di Desa Kuryokalangan.....	56
2. Analisis Data Mengenai Faktor Yang Mendorong Konsumen Wanita di Desa Kuryokalangan Dalam Memutuskan Pembelian Produk Pakaian Melalui Media Sosial Instagram.....	64
<b>BAB V PENUTUP</b>	
A. Kesimpulan .....	70
B. Saran .....	72
C. Keterbatasan Penelitian.....	73
D. Penutup .....	74
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN</b>	
<b>DAFTAR RIWAYAT PENDIDIKAN</b>	

