

## DAFTAR ISI

|                                                                        |             |
|------------------------------------------------------------------------|-------------|
| <b>HALAMAN JUDUL.....</b>                                              | <b>i</b>    |
| <b>PERSETUJUAN PEMBIMBING.....</b>                                     | <b>ii</b>   |
| <b>PENGESAHAN MUNAQOSYAH .....</b>                                     | <b>iii</b>  |
| <b>PERNYATAAN SKRIPSI .....</b>                                        | <b>iv</b>   |
| <b>ABSTRAK.....</b>                                                    | <b>v</b>    |
| <b>MOTTO.....</b>                                                      | <b>vi</b>   |
| <b>PERSEMBAHAN.....</b>                                                | <b>vii</b>  |
| <b>KATA PENGANTAR.....</b>                                             | <b>viii</b> |
| <b>DAFTAR ISI.....</b>                                                 | <b>x</b>    |
| <b>DAFTAR TABEL.....</b>                                               | <b>xii</b>  |
| <b>DAFTAR GAMBAR.....</b>                                              | <b>xiii</b> |
| <b>BAB I : PENDAHULUAN.....</b>                                        | <b>1</b>    |
| A. Latar Belakang Masalah.....                                         | 1           |
| B. Rumusan Maslah.....                                                 | 6           |
| C. Tujuan Penelitian .....                                             | 6           |
| D. Kontribusi Penelitian.....                                          | 7           |
| E. Sistematika Penulisan.....                                          | 8           |
| <b>BAB II : KAJIAN TEORI .....</b>                                     | <b>10</b>   |
| A. Teori Psikologi.....                                                | 10          |
| 1. Pengertian Psikologi.....                                           | 10          |
| 2. Perilaku Manusia.....                                               | 10          |
| B. Teori Atribusi.....                                                 | 11          |
| 1. Pengertian Teori Atribusi.....                                      | 11          |
| C. Perilaku Konsumen .....                                             | 12          |
| 1. Pengertian Perilaku Konsumen .....                                  | 12          |
| 2. Faktor-faktor Utama Penentu<br>Keputusan Pembelian Konsumen.....    | 13          |
| 3. Perilaku Konsumen dalam Perspektif Islam .                          | 14          |
| D. Keputusan Pembelian.....                                            | 16          |
| 1. Pengertian Keputusan Pembelian.....                                 | 16          |
| 2. Tahapan pada Proses Pengambilan<br>Keputusan Konsumen .....         | 17          |
| 3. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku<br>Pembelian Konsumen..... | 18          |
| 4. Jenis-jenis Perilaku Keputusan Pembelian....                        | 19          |
| 5. Peran Konsumen dalam Membeli .....                                  | 19          |
| E. <i>Personal Selling</i> .....                                       | 20          |
| 1. Pengertian <i>Personal Selling</i> .....                            | 20          |

|                                                             |           |
|-------------------------------------------------------------|-----------|
| 2. Fungsi <i>Personal Selling</i> .....                     | 21        |
| 3. Strategi dalam Menjalankan <i>Personal Selling</i> ..... | 22        |
| F. Religiusitas.....                                        | 23        |
| 1. Pengertian Religiusitas .....                            | 23        |
| 2. Dimensi Religiusitas .....                               | 24        |
| 3. Pandangan Religiusitas dalam Islam.....                  | 26        |
| G. Penelitian Terdahulu .....                               | 27        |
| H. Kerangka Berpikir.....                                   | 30        |
| I. Hipotesis.....                                           | 31        |
| <b>BAB III : METODE PENELITIAN .....</b>                    | <b>34</b> |
| A. Jenis dan Pendekatan .....                               | 34        |
| B. <i>Setting</i> Penelitian.....                           | 34        |
| C. Populasi dan Sampel .....                                | 34        |
| D. Desain dan Definisi Operasional Variabel.....            | 36        |
| E. Uji Validitas dan Reliabilitas .....                     | 39        |
| F. Teknik Pengumpulan Data.....                             | 41        |
| G. Teknik Analisis Data.....                                | 42        |
| H. Analisis Data .....                                      | 45        |
| <b>BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>                   | <b>48</b> |
| A. Gambaran Umum Obyek Penelitian .....                     | 48        |
| 1. Sejarah Izza Hijab Jepara .....                          | 48        |
| 2. Visi, Misi, dan Motto Izza Hijab Jepara.....             | 48        |
| 3. Produk Izza Hijab.....                                   | 49        |
| 4. Struktur Organisasi.....                                 | 49        |
| B. Deskripsi Data Penelitian.....                           | 51        |
| 1. Gambaran Umum Responden .....                            | 51        |
| 2. Frekuensi Data Variabel.....                             | 55        |
| C. Analisis Data dan Pembahasan .....                       | 61        |
| 1. Uji Instrumen.....                                       | 61        |
| 2. Hasil Uji Asumsi Klasik.....                             | 64        |
| 3. Hasil Analisis Regresi .....                             | 70        |
| 4. Pembahasan.....                                          | 74        |
| <b>BAB V : PENUTUP.....</b>                                 | <b>77</b> |
| A. Kesimpulan .....                                         | 77        |
| B. Keterbatasan Penelitian.....                             | 77        |
| C. Saran .....                                              | 78        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA</b>                                       |           |
| <b>LAMPIRAN-LAMPIRAN</b>                                    |           |

## DAFTAR TABEL

|                                                                                      |    |
|--------------------------------------------------------------------------------------|----|
| <b>Tabel 1.1</b> Data Penjualan Tahun 2020 .....                                     | 5  |
| <b>Tabel 3.1</b> Definisi Operasional Variabel .....                                 | 36 |
| <b>Tabel 3.2</b> Tanggapan Responden.....                                            | 41 |
| <b>Tabel 4.1</b> Deskripsi Statistik Responden Berdasarkan<br>Jenis Kelamin .....    | 51 |
| <b>Tabel 4.2</b> Deskripsi Statistik Responden Berdasarkan<br>Usia.....              | 52 |
| <b>Tabel 4.3</b> Deskripsi Statistik Responden Berdasarkan<br>Pendidikan.....        | 53 |
| <b>Tabel 4.4</b> Deskripsi Statistik Responden Berdasarkan<br>Status Pekerjaan ..... | 53 |
| <b>Tabel 4.5</b> Deskripsi Statistik Responden Berdasarkan<br>Informasi Produk.....  | 54 |
| <b>Tabel 4.6</b> Frekuensi <i>Personal Selling</i> .....                             | 55 |
| <b>Tabel 4.7</b> Frekuensi Religiusitas .....                                        | 57 |
| <b>Tabel 4.8</b> Frekuensi Keputusan Pembelian .....                                 | 59 |
| <b>Tabel 4.9</b> Hasil Uji Validitas Non Responden .....                             | 62 |
| <b>Tabel 4.10</b> Hasil Uji Reliabilitas Responden.....                              | 63 |
| <b>Tabel 4.11</b> Hasil Uji Multikolinearitas .....                                  | 64 |
| <b>Tabel 4.12</b> Hasil Uji Autokorelasi .....                                       | 65 |
| <b>Tabel 4.13</b> Uji Normalitas One-Sample Kolmogorov<br>Test .....                 | 69 |
| <b>Tabel 4.14</b> Hasil Uji Analisi Regresi.....                                     | 70 |
| <b>Tabel 4.15</b> Hasil Uji T <i>Personal Selling</i> .....                          | 72 |
| <b>Tabel 4.16</b> Hasil Uji T Religiusitas .....                                     | 72 |
| <b>Tabel 4.17</b> Hasil Uji F .....                                                  | 73 |
| <b>Tabel 4.18</b> Hasil Uji R Square.....                                            | 74 |

DAFTAR GAMBAR

**Gambar 2.1** Kerangka Berpikir Penelitian.....31

**Gambar 4.1** Struktur Organisasi Izza Hijab.....50

**Gambar 4.2** Hasil Uji Heteroskedastisitas .....66

**Gambar 4.3** Hasil Uji Normalitas Grafik  
Histogram .....68

**Gambar 4.4** Hasil Uji Normalitas Grafik Normal  
P-Plot .....68

