

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
REKOMENDASI PEMBIMBING	iv
NOTA DINAS	v
LEMBAR PERSEMBAHAN.....	vi
LEMBAR MOTTO.....	vii
ABSTRAK.....	viii
ABSTRACT.....	ix
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN.....	x
KATA PENGANTAR	xxii
DAFTAR ISI.....	xxv
DAFTAR TABEL.....	xxvii
DAFTAR GAMBAR.....	xxviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian	8
D. Manfaat Penelitian	8
E. Sistematika Penulisan	9
BAB II LANDASAN TEORI.....	11
A. Telaah Pustaka	11
B. Landasan Teori.....	29
C. Kerangka Berpikir.....	53
BAB III METODE PENELITIAN.....	55
A. Desain Penelitian.....	55
B. Lokasi, Obyek dan Waktu Penelitian.....	55
C. Populasi dan Sampel	55
D. Sumber Data.....	57
1. Data Primer	57
2. Data Sekunder.....	57
E. Teknik Pengumpulan Data.....	57
1. Metode Dokumentasi	58
2. Metode Angket (Kuesioner)	58
F. Definisi Konseptual Variabel dan Definisi Operasional Variabel	58

1. Definisi Konseptual Variabel.....	58
2. Definisi Operasional Variabel	60
G. Instrumen Penelitian yang Digunakan	62
H. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	64
I. Teknik Analisis Data.....	69
1. Uji Asumsi Klasik.....	70
2. Analisis Faktor	72
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	75
A. Karakteristik Responden	75
B. Uji Asumsi Klasik	79
C. Analisis Faktor	82
D. Pembahasan.....	93
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	110
A. Kesimpulan	110
B. Saran.....	111
DAFTAR PUSTAKA	112
LAMPIRAN.....	120
RIWAYAT HIDUP.....	151



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Perbedaan Penelitian yang Akan Dilakukan dengan Penelitian Sebelumnya	21
Tabel 3.1. Jawaban Setiap Item Instrumen Menggunakan <i>Rating Scale</i> Dari Sangat Tidak Setuju Sampai Sangat Setuju	63
Tabel 3.2. Kisi-kisi Angket Penelitian	63
Tabel 3.3. Hasil Uji Validitas Variabel VALS	66
Tabel 3.4. Hasil Uji Validitas Perilaku Konsumen Islami	68
Tabel 3.5. Hasil Uji Reliabilitas Variabel VALS	69
Tabel 3.6. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Perilaku Konsumen Islami	69
Tabel 4.1. Responden Berdasarkan Usia	75
Tabel 4.2. Responden Berdasarkan Profesi	76
Tabel 4.3. Responden Berdasarkan Penghasilan Per Bulan	76
Tabel 4.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Perilaku Konsumen	77
Tabel 4.5. Hasil Uji Multikolinieritas	81
Tabel 4.6. <i>KMO and Bartlett's Test</i>	83
Tabel 4.7. <i>Anti Image Correlation</i>	84
Tabel 4.8. <i>Communalities</i>	84
Tabel 4.9. <i>Rotated Component Matrix Sustainers</i>	86
Tabel 4.10. <i>Rotated Component Matrix Mainstreamers</i>	86
Tabel 4.11. <i>Rotated Component Matrix Survivors</i>	87
Tabel 4.12. <i>Rotated Component Matrix Strivers</i>	88
Tabel 4.13. <i>Rotated Component Matrix Materialists</i>	89
Tabel 4.14. <i>Rotated Component Matrix Rebels</i>	90
Tabel 4.15. <i>Rotated Component Matrix Experientials</i>	91
Tabel 4.16. <i>Rotated Component Matrix Transformers</i>	92
Tabel 4.17. <i>Construct Loading Group Value and Lifestyle</i>	94

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Segmen Gaya Hidup.....	39
Gambar 2.2. Skema Kerangka Berpikir	55
Gambar 4.1. Hasil Uji Normalitas.....	80
Gambar 4.2. Hasil Uji Heteroskedastisitas	82

