

**PENGARUH FAKTOR GAYA HIDUP, HARGA DAN CITRA MEREK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KERUDUNG MIULAN
(Studi Kasus Mahasiswi Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Pekalongan)**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat
Memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E)



Oleh :

ADE ELINDA FITRIANA DEWI
NIM. 2013114222

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PEKALONGAN
2018**

**PENGARUH FAKTOR GAYA HIDUP, HARGA DAN CITRA MEREK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KERUDUNG MIULAN
(Studi Kasus Mahasiswi Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Pekalongan)**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat
Memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E)



Oleh :

ADE ELINDA FITRIANA DEWI
NIM. 2013114222

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PEKALONGAN
2018**

SURAT PERNYATAAN

KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ade Elinda Fitriana Dewi

NIM : 2013114222

Judul : Pengaruh Faktor Gaya Hidup, Harga, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Kerudung Miulan (Studi kasus Mahasiswi Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Pekalongan)

Menyatakan bahwa skripsi ini merupakan hasil karya sendiri, kecuali dalam bentuk kutipan yang telah penulis sebutkan sumbernya. Apabila skripsi ini terbukti merupakan hasil duplikasi atau plagiasi, maka saya bersedia menerima sanksi akademis dan dicabut gelarnya.

Pekalongan, 6 November 2018

Yang membuat pernyataan,



Ade Elinda Fitriana Dewi

2013114165

NOTA PEMBIMBING

M. Nasrullah, S.E., M.S.I
Jl. Hasyim Ashari RT 04/02 No. 22
Kemplong, Wiradesa, Pekalongan

Lamp : 2 (dua) eksemplar
Hal : Naskah Skripsi Sdri. Ade Elinda Fitriana Dewi
Kepada Yth.
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
IAIN Pekalongan
c.q. Ketua Jurusan Ekonomi Syariah
di
PEKALONGAN

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Setelah diadakan penelitian dan perbaikan seperlunya, maka bersama ini saya kirimkan naskah Skripsi Saudara:

Nama : ADE ELINDA FITRIANA DEWI
NIM : 2013114222
Jurusan : Ekonomi Syariah
Judul : Pengaruh Faktor Gaya Hidup, Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Kerudung Miulan (Studi Kasus Mahasiswi Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Pekalongan)

Dengan ini mohon agar Skripsi saudara tersebut segera dapat dimunaqasahkan.

Demikian nota pembimbing ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya. Atas perhatiannya, saya sampaikan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Pekalongan, 6 November 2018
Pembimbing,



M. Nasrullah, S.E., M.S.I
NIP. 198011282006041003

**KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PEKALONGAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Pahlawan Rowlaku Kajen Pekalongan Telp. (0285) 412575 Fax. (0285) 423418

PENGESAHAN

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Pekalongan mengesahkan skripsi Saudara/i:

Nama : ADE ELINDA FITRIANA DEWI
NIM : 2013114222
Judul : PENGARUH FAKTOR GAYA HIDUP, HARGA DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KERUDUNG MIULAN (STUDI KASUS MAHASISWI JURUSAN EKONOMI SYARIAH IAIN PEKALONGAN)

telah diujikan pada hari Selasa, 04 Desember 2018 dan dinyatakan **LULUS** serta diterima sebagai sebagian syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E).

Dewan Penguji,

Penguji I

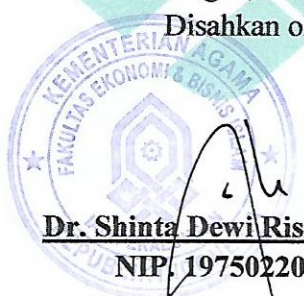
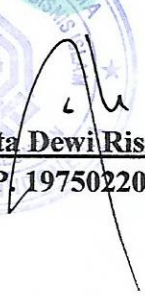
Penguji II


Ali Amin Isfandiar, M.Ag
NIP. 197408122005011002


Drajat Stiawan, M.Si
NIP.198301182015031001

Pekalongan, 20 Desember 2018

Disahkan oleh Dekan,



Dr. Shinta Dewi Rismawati, S.H., M.H.
NIP. 19750220 199903 2 001

PEDOMAN TRANSLITERASI

Pedoman transliterasi yang digunakan dalam penulisan buku ini adalah hasil Putusan Bersama Menteri Agama Republik Indonesia No. 158 tahun 1987 dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia No. 0543b/U/1987. Transliterasi tersebut digunakan untuk menulis kata-kata Arab yang dipandang belum diserap ke dalam bahasa Indonesia. Kata-kata Arab yang sudah diserap ke dalam bahasa Indonesia sebagaimana terlihat dalam Kamus Linguistik atau Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). Secara garis besar pedoman transliterasi itu adalah sebagai berikut.

1. Konsonan

Fonem-fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf. Dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf, sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan huruf dan tanda sekaligus.

Di bawah ini daftar huruf Arab dan transliterasi dengan huruf latin.

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	Ba	b	be
ت	Ta	t	te
ث	Sa	ṣ	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	j	je
ح	Ha	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	kh	ka dan ha
د	Dal	d	de
ذ	Zal	ẓ	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	r	er
ز	Zai	z	zet
س	Sin	s	es
ش	Syin	sy	es dan ye

ص	Sad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Dad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ta	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	'ain	'	koma terbalik (di atas)
غ	Gain	G	ge
ف	Fa	F	ef
ق	Qaf	Q	qi
ك	Kaf	K	ka
ل	Lam	L	el
م	Mim	M	em
ن	Nun	N	en
و	Wau	W	we
ه	Ha	H	ha
ء	hamzah	ء	apostrof
ي	Ya	Y	ye

2. Vokal

Vokal tunggal	Vokal rangkap	Vokal panjang
أ = a		أ = ā
إ = i	أَي = ai	إِي = ī
أ = u	أَوْ = au	أُو = ū

3. Ta Marbutah

Ta marbutah hidup dilambangkan dengan /t/

Contoh:

مرأة جميلة ditulis *mar'atun jamīlah*

Ta marbutah mati dilambangkan dengan /h/

Contoh:

فاطمة ditulis *fātimah*

4. Syaddad (tasydid, geminasi)

Tanda geminasi dilambangkan dengan huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda *syaddad* tersebut.

Contoh:

ربنا	ditulis	<i>rabbanā</i>
البر	ditulis	<i>al-birr</i>

5. Kata sandang (artikel)

Kata sandang yang diikuti oleh “huruf syamsiyah” ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu bunyi /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

Contoh:

الشمس	ditulis	<i>asy-syamsu</i>
الرجل	ditulis	<i>ar-rajulu</i>
السيدة	ditulis	<i>as-sayyidah</i>

Kata sandang yang diikuti oleh “huruf qamariyah” ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu bunyi /l/ diikuti terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanda sempang.

Contoh:

القمر	ditulis	<i>al-qamar</i>
البدیع	ditulis	<i>al-badī'</i>
الجلال	ditulis	<i>al-jalāl</i>

6. Huruf Hamzah

Hamzah yang berada di awal kata tidak ditransliterasikan. Akan tetapi, jika hamzah tersebut berada di tengah kata atau di akhir kata, huruf hamzah itu ditransliterasikan dengan apostrof (/').



Contoh:

أمرت ditulis *umirtu*

شيء ditulis *syai'un*



♥ Persembahan ♥

Bismillahirrohmanirrohim

Alhamdulillah, puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah memberikan kemudahan dan kelancaran saya dalam penyusunan skripsi ini, puji sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

Dengan ini saya persembahkan karya ini untuk kedua orang tua ku, untuk Alm. Bapak semoga engkau melihatnya dari syurga, salam kasih dan rindu dariku untukmu.

Terima kasih atas segala kasih sayang yang telah engkau beri semasa hidup.

Teruntuk Ibu, terima kasih atas segala kasih sayang dan doamu untukku.

Terima kasih yang tak mampu terucap atas segalanya yang engkau lakukan.

Teruntuk suami ku ter♥, terima kasih atas segala do'a dan kesabaranmu. Terima kasih atas limpahan kasih sayangmu. Terima kasih telah selalu menemaniku dan mendengar segala keluh kesahku.

Untuk kakak, adik dan keluarga besarku terima kasih atas doa dan semangat yang diberikan.

Untuk "Tim Hak-e Hak-e" ciwi-ciwi Putri, Bunga, Wifda, Fina, & Ella, terima kasih atas kebersamaan dan semangat yang kalian berikan. Terima kasih telah menjadi sandaran dikala suka & duka.

Untuk Tim KKN "Kambangan Squad" angkatan 2018, terima kasih telah menjadi teman dan sahabat yang saling mengerti satu sama lain yang menerima kekukurangan dan kelebihan masing-masing.

Untuk semua teman-teman ku yang tidak bisa aku sebutkan satu persatu, terima kasih banyak atas semua pengalaman yang telah diberikan selama masa kuliah.

Terima kasih atas pengalaman yang berharga, pengalaman yang akan menjadi cerita kelak saat kita tua.

"Kita akan menjadi teman sampai kita menua dan pikun. Lalu menjadi teman baru lagi".

♥♥♥



MOTTO

“Untuk mendapatkan apa yang kamu inginkan, kamu harus bersabar dengan apa yang benci”

^Ucapanmu adalah cermin hidupmu ^

“Always be yourself no matter what they say and never be anyone else even if they look better than you”

== A. Elinda F.D ==

ABSTRAK

Dewi, Ade Elinda Fitriana. 2018. Pengaruh Faktor Gaya Hidup, Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Kerudung Miulan (Studi Kasus Mahasiswi Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Pekalongan). Skripsi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam.

Perkembangan *trend fashion* muslimah pada sekarang ini menjadi suatu perkembangan yang meningkat drastis dan menjadi salah satu usaha bisnis yang meningkat secara pesat. Masyarakat semakin mengerti dengan adanya *trend fashion* yang beredar menyebabkan para produsen produk muslim harus memutar otak dan lebih kreatif. Banyak hal yang dilakukan produsen untuk mengambil hati para konsumennya seperti dari pelayanan, harga, kualitas produk, promosi serta citra merek yang sangat diperhatikan agar mampu menarik para calon konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh faktor gaya hidup, harga dan citra merek terhadap keputusan pembelian kerudung Miulan secara parsial dan simultan.

Jenis penelitian ini merupakan jenis penelitian lapangan atau *field research*, dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Untuk menentukan sampel yang diambil menggunakan *random sampling*. Sampel penelitian sebanyak 100 responden. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah kuesioner. Metode analisis yang digunakan adalah uji instrumen dengan menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji normalitas, uji linieritas, uji heteroskedastisitas, uji analisis regresi berganda serta uji hipotesis dengan uji parsial (uji t), uji simultan (uji F) dan koefisien determinasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa uji t variabel gaya hidup dengan nilai signifikansi $0,003 < 0,05$, uji t variabel harga dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, uji t variabel citra merek dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa dari ketiga variabel berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian kerudung Miulan. Hasil perhitungan statistik uji F menunjukkan nilai F hitung sebesar $44,035 > F$ tabel sebesar 2,70 serta nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,005$ maka dapat disimpulkan bahwa gaya hidup, harga dan citra merek secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian kerudung Miulan pada mahasiswi jurusan Ekonomi syariah IAIN Pekalongan. Berdasarkan hasil analisis regresi diperoleh nilai *adjusted R square* sebesar 0,566 atau 56,6%. Hal ini berarti bahwa kontribusi variabel gaya hidup (X1), harga (X2) dan citra merek (X3) terhadap keputusan pembelian kerudung Miulan pada mahasiswi jurusan Ekonomi syariah IAIN Pekalongan (Y) sekitar 56,6% dan sisanya dapat dijelaskan oleh variabel-variabel lain yang tidak diteliti.

Kata kunci : Gaya hidup, harga, citra merek, keputusan pembelian

ABSTRACT

Dewi, Ade Elinda Fitriana. 2018. Effects of Factors on Lifestyle, Price and Brand Image on the Purchase Decision of Miulan Veils (Case Study of Female Students in the Islamic Economics Department of IAIN Pekalongan).

Thesis of the Faculty of Economics and Business in Islam. The development of Muslim fashion trends is now a development that has increased dramatically and has become one of the rapidly growing business ventures. The public increasingly understands that the fashion trend is circulating, causing Muslim product producers to have to turn their brains and be more creative. Many things are done by producers to win the hearts of their customers, such as service, price, product quality, promotion and brand image that are very concerned to be able to attract potential customers. This study aims to determine the effect of lifestyle factors, prices and brand image on the decision to purchase Miulan veils partially and simultaneously.

This type of research is a type of field research, in this study using a quantitative approach. To determine the sample taken using random sampling. The research sample was 100 respondents. The data collection technique in this study was a questionnaire. The analytical method used is the test instrument using validity test, reliability test, classic assumption test, normality test, linearity test, heteroscedasticity test, multiple regression analysis test and hypothesis test with partial test (t test), simultaneous test (F test) and coefficient of determination.

The results showed that the t test of the lifestyle variable with a significance value of $0.003 < 0.05$, the t test of the price variable with a significance value of $0,000 < 0.05$, the t test of the brand image variable with a significance value of $0,000 < 0.05$. So that it can be concluded that from the three variables significantly influence the decision to purchase Miulan veils. The results of the calculation of F test statistics show the value of F count of $44,035 > F$ table of 2,70 and the significance value of $0,000 < 0,005$, it can be concluded that lifestyle, price and brand image together have a significant effect on the purchasing decision of Miulan veils in college students Islamic Economics of IAIN Pekalongan. Based on the results of the regression analysis obtained the adjusted R square value of 0.566 or 56.6%. This means that the contribution of lifestyle variables (X1), price (X2) and brand image (X3) to the purchase decision of Miulan veils in Pekalongan Islamic Economics IAIN students (Y) is around 56.6% and the rest can be explained by variables others not examined.

Keywords: *Lifestyle, price, brand image, purchasing decision*

KATA PENGANTAR

Bismillahirrohmanirrohim

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Alkhamdulillah, segala puji bagi Allah SWT yang maha pengasih lagi maha penyayang, atas segala rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Shalawat serta salam senantiasa tercurah kepada junjungan kita Nabi agung Muhammad SAW yang kita nantikan syafa'atnya di hari akhir nanti. Penyusunan skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi sebagian syarat-syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Institut Agama Islam Negeri Pekalongan.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan dan jauh dari kata sempurna karena keterbatasan penulis. Dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini kepada :

1. Dr. H. Ade Dedi Rohayana, M. Ag, selaku Rektor IAIN Pekalongan
2. Ibu Dr. Hj. Shinta Dewi Rismawati, S.H., M.H., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Pekalongan
3. Bapak AM. M. Hafidz Ma'shum, M.Ag., selaku Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Pekalongan
4. Bapak Drs. A. Tubagus Surus M.Ag., selaku Wakil Dekan II Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Pekalongan
5. Bapak Dr. Zawawi, M.A, selaku Wakil Dekan III Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Pekalongan

6. Bapak Agus Fakhrina, M.S.I., selaku Ketua Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Pekalongan
7. Bapak Tamammudin M.M selaku Dosen Wali
8. Bapak M. Nasrullah S.E., M.S.I., selaku Dosen Pembimbing, terima kasih atas segala arahan dan bimbingannya
9. Kepada orang tua, suami, kakak dan adik yang selalu mendoakan dan mendukung saya
10. Kepada semua kerabat dan sahabat yang saya sayangi terima kasih atas semua doa dan semangatnya


Semoga Allah senantiasa melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, serta membalas segala amal kebaikan yang telah diberikan kepada penulis dengan pahala yang berlimpah. Amin.

Akhir kata penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, oleh karena itu, segala kritik dan saran yang sifatnya membangun akan menyempurnakan penulisan skripsi ini serta bermanfaat bagi penulis, pembaca dan bagi penulis selanjutnya.

Wassalamu 'alaikum wr.wb

Pekalongan, 06 November 2018

Penulis



Ade Elinda Fitriana Dewi
NIM. 2013114222



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN	ii
NOTA PEMBIMBING	iii
PENGESAHAN	iv
PEDOMAN LITERASI	v
PERSEMBAHAN	viii
MOTTO	ix
ABSTRAK	x
ABSTRACT	xi
KATA PENGANTAR	xii
DAFTAR ISI	xiv
DAFTAR TABEL	xix
DAFTAR GAMBAR	xxi



BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Tujuan Penelitian	10
D. Manfaat Penelitian	10
E. Sistematika Penulisan	13

BAB II LANDASAN TEORI

A. Landasan Teori	14
1. Gaya Hidup	14
a. Pengertian Gaya Hidup	14
b. Konsep Gaya Hidup	14
c. Indikator Gaya Hidup	16
2. Harga	16
a. Pengertian Harga	16
b. Komponen-Komponen Harga	17
c. Penetapan Harga	18
d. Indikator Harga	20
3. Citra Merek	21
a. Pengertian Citra Merek	21
b. Elemen-Elemen Merek	22
c. Manfaat Merek	24
d. Loyalitas Merek	25



e. Indikator Merek	27
4. Keputusan Pembelian	28
a. Pengertian Keputusan Pembelian	28
b. Pengertian Perilaku Konsumen	29
c. Langkah-Langkah Proses Pembelian	29
d. Tahapan Dalam Proses Keputusan Pembelian	32
B. Tinjauan Pustaka	39
C. Kerangka Berpikir	52
D. Hipotesis	55
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Jenis Dan Pendekatan Penelitian	57
1. Jenis Penelitian	57
2. Pendekatan Dalam Penelitian	57
B. Setting Penelitian	58
C. Variabel Penelitian	58
1. Variabel Dependen	58
2. Variabel Independen	59
3. Definisi Operasional Variabel	59
D. Populasi, Sampel Dan Teknik Pengambilan Sampel	62
E. Instrumen Dan Teknik Pengumpulan Data	64
F. Analisis Data	67
1. Uji Instrumen	67
a. Uji Validitas	67



b. Uji Reliabilitas	68
2. Uji Asumsi Klasik	69
a. Uji Normalitas	69
b. Uji Multikolinieritas	70
c. Uji Heteroskedastisitas	72
3. Analisis Regresi Berganda	73
4. Uji Hipotesis	74
a. Uji Parsial (T Test)	74
b. Uji Pengaruh Simultan (F Test)	75
c. Koefisien Determinasi (R^2)	75

BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Data	77
1. Profil Responden Berdasarkan Umur	78
2. Deskripsi Responen Berdasarkan Pembelian Kerudung Miulan	79
3. Deskripsi Responden Berdasarkan Pengeluaran 1 Bulan	80
B. Analisis data	80
1. Uji Validitas	80
2. Uji Reliabilitas	85
3. Uji Asumsi Klasik	88
a. Uji Normalitas	88
b. Uji Multikolinieritas	91
c. Uji Heteroskedastisitas	93
4. Uji Regresi Linier Berganda	94



5. Uji Hipotesis	97
a. Uji Parsial (t test)	97
b. Uji Pengaruh Simultan (F test).....	98
c. Uji Koefisien Determinasi (R ²).....	99
C. Pembahasan	100
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	109
B. Saran	110
DAFTAR PUSTAKA	112
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Produk Kerudung Yang Dibeli Mahasiswi	5
Tabel 1.2 Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Kerudung	6
Tabel 2.1 Tinjauan Pustaka	39
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel.....	59
Tabel 3.2 <i>Skala Likert</i>	65
Tabel 4.1 Profil Responden Berdasarkan Usia	78
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Pembelian Kerudung Miulan	79
Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Pengeluaran 1 Bulan.....	80
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Gaya Hidup.....	81
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Harga.....	82
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Citra Merek.....	83
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian.....	84
Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas Gaya Hidup	86
Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas Harga	86
Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas Citra Merek	87
Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian.....	87
Tabel 4.12 Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov	91
Tabel 4.13 Hasil Uji Multikolinieritas	92
Tabel 4. 14 Hasil Uji Glesjer.....	94
Tabel 4.15 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	95
Tabel 4.16 Hasil Uji Parsial (Uji t)	97
Tabel 4.17 Hasil Uji Simultam (Uji F)	99
Tabel 4.18 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	100



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir	55
Gambar 4.1 Grafik Histogram.....	89
Gambar 4.2 Grafik Normal P-Plot	90
Gambar 4.3 Diagram Scatterplot.....	93



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuesioner Pra Survey
- Lampiran 2 Kuesioner Penelitian
- Lampiran 3 Tabulasi Pra survey
- Lampiran 4 Tabulasi Identitas Responden
- Lampiran 5 Data Tabulasi
- Lampiran 6 Surat Permohonan Izin Penelitian
- Lampiran 7 Surat Izin Telah Melakukan Penelitian
- Lampiran 8 Dokumentasi
- Lampiran 9 Output SPSS
- Lampiran 10 Distribusi Nilai r_{tabel}
- Lampiran 11 Distribusi Nilai t_{tabel}
- Lampiran 12 Distribusi Nilai F_{tabel}
- Lampiran 13 Daftar Riwayat Hidup

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan *trend fashion* muslimah pada sekarang ini menjadi suatu perkembangan yang meningkat drastis dan menjadi salah satu usaha bisnis yang meningkat secara pesat, sekarang ini banyak masyarakat yang memakai pakaian muslim khususnya untuk kaum perempuan, dimana fungsi dari pakaian muslim itu sebagai penutup aurat. Pakaian muslim juga sebagai penanda sebagai perempuan muslim dan perempuan non muslim.

Masyarakat semakin mengerti dengan adanya *trend fashion* yang beredar menyebabkan para produsen produk muslim harus memutar otak dan lebih kreatif dalam memproduksi produknya agar tetap mampu mempertahankan eksistensi produknya dan mampu bersaing dengan produsen produk muslim yang lain.

Banyak hal yang dilakukan produsen untuk mengambil hati para konsumennya seperti dari pelayanan, harga, kualitas produk, promosi serta citra merek yang sangat diperhatikan agar mampu menarik para calon konsumen, karena kepuasan konsumen menjadi hal yang sangat penting bagi produsen.

Industri hijab tergolong kepada industri kreatif dalam bidang *fashion*. Terdapat beberapa alasan mengapa industri ini layak untuk dikembangkan dalam negeri ini. **Pertama**, mampu memberikan kontribusi yang signifikan dalam bidang ekonomi serta menciptakan iklim bisnis yang positif dalam

negeri. **Kedua**, dapat membangun citra identitas bangsa Indonesia di mata dunia dan kebanyakan berbasis kepada sumber daya yang terbaru. **Ketiga**, menciptakan inovasi dan kreativitas yang merupakan keunggulan kompetitif suatu bangsa dan mampu memberikan dampak sosial yang positif.¹

Perilaku konsumen adalah semua kegiatan, tindakan, serta proses psikologis yang mendorong tindakan tersebut pada saat sebelum membeli, ketika membeli, menggunakan, menghabiskan produk dan jasa setelah melakukan hal-hal di atas atau kegiatan mengevaluasi.²

Timbulnya perilaku konsumen disebabkan karena konsumen mempunyai keinginan memperoleh kepuasan yang maksimal dengan berusaha mengonsumsi barang dan jasa sebanyak-banyaknya, tetapi mempunyai keterbatasan pendapatan, sedangkan timbulnya perilaku produsen disebabkan karena produsen mempunyai keinginan produksi sebanyak-banyaknya untuk mendapatkan keuntungan yang sebesar-besarnya, tetapi mempunyai keterbatasan modal.³

Bisnis merupakan salah satu cara orang dalam memperoleh keuntungan. Dan pada sekarang ini banyak sekali orang yang melakukan bisnis, salah satunya adalah menjual produk muslim yaitu kerudung. Miulan merupakan salah satu merek produk kerudung muslim yang mempunyai ciri dan keunikan sendiri. Miulan juga mampu bersaing dengan kompetitor

¹ Adhianti Laras Pratiwi, *Pengaruh Gaya Hidup, Citra Merek Dan Atribut Produk, Terhadap Keputusan Pembelian Hijab Zoya Di Jakarta Selatan*, (Jakarta : Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2017), hlm. 2

² Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen "Teori dan penerapannya dalam pemasaran"* (Bogor : Ghalia Indonesia, 2011) hlm. 6

³ Tati Suhartati Joerson dan M. Fathorrazi, *Teori Ekonomi Mikro*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2012), hlm. 8

produk kerudung lainnya yang sudah terlebih dahulu berdiri.

Awalnya Miulan diproduksi pada tahun 2011 dimana produsennya adalah seorang mahasiswi di salah satu perguruan tinggi swasta di Semarang, berawal dari tugas yang di berikan oleh dosen kepadanya akhirnya dia mempunyai ide untuk membuka sebuah toko kerudung disamping rumahnya dimana model dan desainnya diciptakan sendiri, namun semua itu tidak semudah yang di bayangkan, dia terus memutar ora agar usahanya tersebut dapat berkembang, akhirnya dari beberapa kegagalan-kegagalan tersebut dia mampu menarik perhatian konsumennya dan saat ini bisnis tersebut dapat berjalan. Walau dapat dikatakan usaha ini belum terlalu lama tetapi bisnis ini sudah memiliki banyak distributor dan agen yang tersebar di seluruh Indonesia bahkan sudah merambah ke luar negeri.

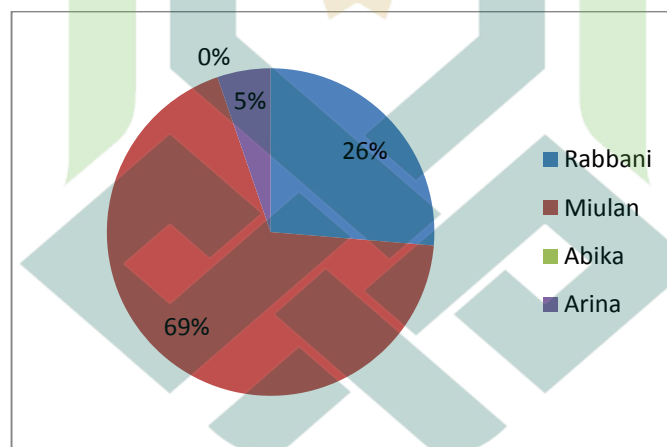
Pemasaran adalah suatu proses kegiatan mulai dari penciptaan produk dan atau jasa, menawarkan, dan menyerahkan kepada konsumen dan atau pihak lain.⁴ Dalam pemasarannya kerudung Miulan dijual secara online dan offline, sehingga memudahkan para konsumen untuk membeli produk tersebut karena pada sekarang ini media sosial menjadi jalan untuk sebuah bisnis yang lebih menguntungkan karena jaringan yang luas dan jangkauannya yang tidak terbatas. Pengaruh perkembangan teknologi juga berdampak luar biasa bagi kehidupan manusia.

Selain online, produk Miulan juga dijual secara offline di berbagai

⁴ Surachman S.A, *Dasar-dasar Manajemen Merek; Alat Pemasaran untuk Memenangkan Persaingan* , (Malang: Bayumedia Publishing, 2008), hlm. 1

distributor dan agen yang tersebar hampir diseluruh Indonesia. Miulan memiliki segmen pasar dari anak-anak, remaja sampai dewasa. Miulan sendiri mengkhususkan diri memproduksi dan memasarkan hijab dengan ciri khas warna yang beragam dengan hiasan bunga, hal ini menjadikannya disukai remaja putri dan ibu-ibu muda. Seperti para remaja atau mahasiswi IAIN Pekalongan yang setelah di amati banyak yang menggunakan kerudung Miulan, dimana peneliti juga melakukan pra survei terhadap mahasiswi Ekonomi Syariah yang membeli kerudung Miulan.

Tabel 1.1
Produk Kerudung yang sering di beli Mahasiswi
Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Pekalongan



Sumber : Data Pra Survei yang diolah

Berdasarkan hasil data di atas menunjukkan bahwa dari 20 mahasiswi Jurusan Ekonomi Syariah, kerudung Miulan merupakan produk hijab atau kerudung yang sering di beli oleh mahasiswi Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Pekalongan. Dalam hal ini banyak hal yang menjadi pengaruh mahasiswi dalam melakukan pembelian produk kerudung Miulan.

Tabel 1.2

Faktor yang mempengaruhi dalam keputusan pembelian Kerudung pada Mahasiswi Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Pekalongan

No	Variabel	Jumlah
1.	Harga	6
2.	Kualitas	4
3.	Gaya hidup	7
4.	Citra merek	9
5.	Iklan	0

Sumber : Data Pra Survei yang diolah, 2018

Data pra survei menunjukkan bahwa harga, gaya hidup dan citra merek menjadi faktor yang paling dominan dalam mempengaruhi keputusan pembelian.

Saat ini Miulan cukup sukses dengan banyaknya konsumen dan pelanggan setia diseluruh Indonesia. Seiring berjalannya waktu, sebagian pelanggan dan orang yang datang ke Miulan menanyakan produk khusus anak kecil, karena selama ini Miulan hanya memasarkan produk untuk remaja dan ibu-ibu. Karena permintaan konsumen dan peluang yang ada akhirnya pihak Miulan menambah segmen pasar baru untuk produk jilbab khusus anak-anak dengan brand Miulan kidz.⁵

Pembelian adalah keputusan konsumen mengenai apa yang dibeli,

⁵ Danang kusumazani, *Perancangan Media Komunikasi sebagai Brand Extension Miulan Hijab untuk Menambah Segmen Pasar Baru*, 2014. Skripsi



apakah membeli atau tidak, kapan membeli, dimana membeli, dan bagaimana cara pembayarannya. Keputusan konsumen ini merupakan tindakan dari dua atau lebih alternatif. Keputusan merupakan pendekatan penyelesaian masalah yang terdiri dari pengenalan masalah, mencari informasi, beberapa penilaian alternatif, membuat keputusan pembelian dan perilaku setelah membeli yang di lalui oleh konsumen.⁶

Kepuasan konsumen menjadi kunci terpenting dalam sebuah usaha atau bisnis, karena konsumen menjadi faktor penentu untuk perkembangan usaha atau bisnis. Sehingga produsen harus memberikan kualitas kepada konsumennya, agar konsumen menjadi loyal terhadap produk tersebut. Di zaman yang semakin modern seperti saat ini perilaku konsumen sering mengarah ke gaya hidup serta *trend*, hal ini terjadi pada semua kalangan usia.

Gaya hidup adalah bagian dari kebutuhan sekunder manusia yang bisa berubah tergantung zaman atau keinginan seseorang untuk mengubah gaya hidupnya. Gaya hidup dapat dilihat dari cara berpakaian, kebiasaan, dan lain-lain. Gaya hidup dapat dinilai relatif tergantung penilaian dari orang lain.⁷

Gaya hidup dipengaruhi oleh berbagai faktor salah satunya adalah lingkungan, dimana lingkungan sekitar mampu mempengaruhi gaya hidup

⁶ Mariska Pradnya Paramitha, “*Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pembelian Konsumen Terhadap Produk Rabbani Di Bunker Rabbani Di Pucang Surabaya*”, vol.1 No.6 Juni 2014, Hlm. 380

⁷ https://id.wikipedia.org/wiki/Gaya_hidup (halaman terakhir diubah pada tanggal 27 April 2017, pukul 04.08)

seseorang. Kemajuan teknologi pada saat ini juga menjadi faktor yang menjadikan gaya hidup masyarakat berubah menjadi lebih konsumtif. Dengan adanya teknologi seperti internet masyarakat akan lebih mudah mengakses dan melihat apa yang diinginkannya.

Bagi para produsen juga akan memberikan manfaat yang positif dengan adanya teknologi yang semakin global. Para produsen akan jauh lebih mengetahui tentang keadaan konsumen, dan tentang keinginan konsumen. Bagaimana produk yang banyak diminati oleh konsumen, seperti apa saja produk yang diminati oleh masyarakat dan faktor apa sajakah yang menjadi ketertarikan konsumen terhadap suatu produk.

Konsumen juga dihadapkan dengan banyak pilihan produk seperti halnya produk kerudung. Karena keinginan masyarakat yang ingin lebih berpenampilan menarik dan lebih *trendy* menjadi keharusan bagi produsen untuk berlomba dalam berkreatifitas dalam produknya agar tetap sesuai dengan minat beli masyarakat.

Agar suatu produk dapat diterima oleh pasar maka perusahaan harus membaca secara cermat tentang kebutuhan sebenarnya, yang sangat diharapkan dari segi apanya. Ada beberapa segi yang perlu dipilih diantara lain adalah fungsi, estetika, *ready stock* (barang siap), kualitas (umur pakai), harga, cara pembayaran, dan *service* (kemudahan saat mendapatkan barang dan *after sales service*⁸.

Berdasarkan uraian yang telah disampaikan dari latar belakang diatas,

⁸ Arman Hakim, dkk, *Manajemen Pemasaran untuk Engineering* (Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2004), hlm. 91

maka peneliti tertarik untuk mengangkat judul **“Pengaruh Faktor Gaya Hidup, Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Kerudung Miulan (Studi Kasus Mahasiswi Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Pekalongan)”**.

B. Rumusan Masalah

1. Apakah Faktor Gaya Hidup Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Kerudung Miulan dikalangan Mahasiswi Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Pekalongan?
2. Apakah Faktor Harga Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Kerudung Miulan dikalangan Mahasiswi Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Pekalongan?
3. Apakah Faktor Citra Merek Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Kerudung Miulan dikalangan Mahasiswi Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Pekalongan?
4. Apakah Faktor Gaya Hidup, Harga dan Citra Merek berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Miulan dikalangan Mahasiswi Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Pekalongan ?

C. Tujuan penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pembelian kerudung Miulan.
2. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian kerudung Miulan.

3. Untuk mengetahui pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian kerudung Miulan.
4. Untuk mengetahui pengaruh Gaya hidup, harga dan citra merek terhadap keputusan pembelian kerudung Miulan.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis
 - a. Penelitian ini bermanfaat untuk menambah pengetahuan mengenai gaya hidup, harga dan citra merek yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian.
 - b. Sebagai bahan dasar untuk penelitian lebih lanjut mengenai gaya hidup, harga, dan citra merek yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian.
2. Manfaat Praktis
 - a. Bagi pembaca
Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang lebih luas kepada pembaca mengenai gaya hidup, harga, dan citra merek yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian.
 - b. Bagi penulis
Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan wawasan penelitian tentang pemasaran khususnya perilaku konsumen dalam keputusan pembelian.
 - c. Bagi Akademik

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan salah satu acuan atau referensi untuk penelitian selanjutnya, khususnya penelitian dengan topik yang hampir sama. Kemudian sebagai bahan referensi pengetahuan mahasiswa tentang keputusan pembelian produk. Mahasiswa diharapkan mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam keputusan pembelian produk.

d. Bagi Pihak Miulan

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi pihak Miulan sebagai evaluasi kinerja dalam penetapan gaya hidup, harga, dan citra merek, untuk mengambil langkah strategi pemasarannya dan dalam menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam keputusan pembelian produk Miulan. Serta mampu mempertahankan strategi pemasarannya sehingga tetap mampu bersaing dengan produsen lain.

E. Sistematika Penulisan

Untuk memudahkan penjelasan, penelaahan dan pemahaman maka dalam penelitian ini penulisnya dibagi menjadi 5 bab yang setiap babnya terdiri dari sub-sub bab. Tiap bab ataupun sub bab yang satu dengan lainnya merupakan rangkaian yang sangat terkait. Penelitian skripsi ini dilakukan dengan sistematika sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini memuat latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab ini memuat teori-teori tentang gaya hidup, harga, citra

merek dan keputusan pembelian, penelitian terdahulu kerangka berpikir, dan hipotesis.

BAB III METODE PENELITIAN

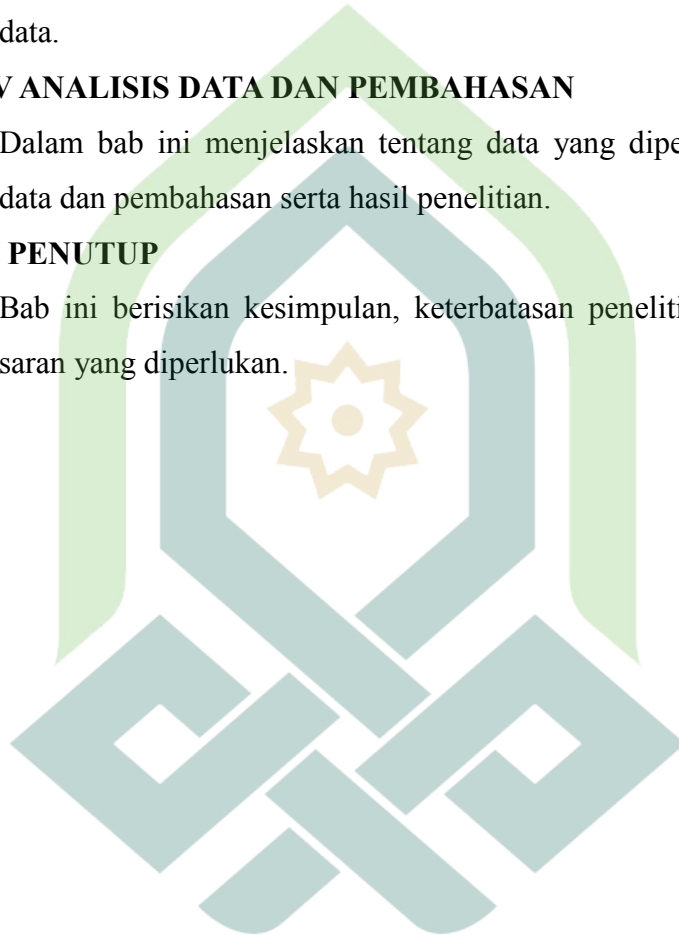
Dalam bab ini berisikan tentang sifat dan jenis penelitian, definisi operasional variabel, sumber data, metode pengumpulan data, populasi dan sampel, serta metode analisis data dan uji hipotesis data.

BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini menjelaskan tentang data yang diperoleh, analisis data dan pembahasan serta hasil penelitian.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisikan kesimpulan, keterbatasan penelitian dan saran-saran yang diperlukan.





BAB V

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data yang telah diuraikan dalam bab sebelumnya, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Berdasarkan uji t tingkat signifikansi variabel gaya hidup (X_1) adalah $0,003 < 0,05$ dan nilai t hitung $3,037 > 1,985$. Maka dapat disimpulkan variabel gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian kerudung Miulan pada mahasiswi jurusan Ekonomi syariah IAIN Pekalongan.
2. Berdasarkan uji t tingkat signifikansi variabel harga (X_2) adalah $0,000 < 0,05$ dan nilai t hitung $3,850 > t$ tabel $1,985$. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian kerudung Miulan pada mahasiswi jurusan Ekonomi syariah IAIN Pekalongan.
3. Berdasarkan uji t tingkat signifikansi variabel citra merek (X_3) adalah $0,000 < 0,05$ dan nilai t hitung $5,185 > 1,985$. Maka dapat disimpulkan variabel citra merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan

pembelian kerudung Miulan pada mahasiswi jurusan Ekonomi syariah IAIN Pekalongan.

4. Berdasarkan uji F diperoleh F hitung sebesar $44,035 > F$ tabel sebesar 2,70 serta nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa gaya hidup, harga dan citra merek secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian kerudung Miulan pada mahasiswi jurusan Ekonomi syariah IAIN Pekalongan.

B. SARAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat disarankan hal-hal sebagai berikut :

1. Diharapkan kepada perusahaan Miulan agar tetap mempertahankan dan mengevaluasi harga suatu produk agar sesuai dengan manfaat yang akan didapatkan oleh para konsumennya. Kemudian berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh bahwa variabel citra merek berpengaruh besar dalam keputusan pembelian kerudung Miulan, sehingga diharapkan agar mampu mempertahankan citra merek produk maupun citra perusahaan yang telah melekat pada konsumennya. Akan lebih baik jika perusahaan menambahkan produk-produk baru lainnya. Kemudian mempromosikan produk dengan berbagai macam cara

seperti memberikan diskon kepada konsumen atau memberikan bonus kepada konsumen agar lebih menarik para konsumennya.

2. Bagi peneliti selanjutnya

Penelitian ini dapat dikatakan belum menjelaskan secara sempurna faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian kerudung khususnya produk Miulan. Sehingga diharapkan pada penelitian selanjutnya dapat menambah variabel-variabel independen yang lainnya. Penambahan variabel dan indikator yang lain perlu dilakukan dalam penelitian yang selanjutnya agar dapat menghasilkan gambaran yang lebih luas tentang masalah yang akan diteliti, sehingga mampu menghasilkan penelitian yang lebih akurat.



DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku :

- Alma, Buchari. 2013. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa Edisi Revisi*, Bandung : Alfabeta
- Azwar, Saifudin. 1999. *Metode Penelitian*, Yogyakarta : Pustaka Belajar
- Cooper Donald R. dan C. William Emory. 1996. “ *Metode Penelitian Bisnis terjemahan Ellen G Sitompul dan Imam Nurawan, Ed. 5, Cet 4*”. Jakarta: Erlangga
- Ferinadewi, Erna 2008. *Merek dan Psikologi Konsumen*, Yogyakarta : Graha Ilmu
- Ghozali, Imam. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariete dengan Program IBM SPSS 23, Edisi 8*, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Hakim, Arman, dkk. 2004. *Manajemen Pemasaran untuk Engineering*, Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Hurriyati, Ratih. 2010. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*, Cet. Ke-3, Bandung: Alfabeta.
- Hartono, Jogianto. 2014. *Metode penelitian Bisnis : salah kaprah dan pengalaman-pengalaman, Ed.6*, Yogyakarta : BPFE.
- Kotler, Philip, dkk. 2001. *Prinsip-prinsip Pemasaran jilid 1 edisi 8*, Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip, dkk. 2007. *Manajemen Pemasaran edisi 12*, Jakarta : Indeks.
- Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran jilid 1*, Jakarta : PT. Prenhallindo.
- Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran Edisi kesebelas Jilid I*, Jakarta :

Indeks.

Latan, Hengki dan Selva Temalagi, 2013. *Analisis Multivariate Teknik dan Aplikasi*, Bandung : Alfabeta.

Mowen , John. 2002. *Perilaku Konsumen Jilid 1*, Jakarta : Erlangga.

Peter, Paul, dkk. 2000. *Consumer Behavior “Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran Edisi Empat*, Jakarta : Erlangga

Rozalinda. 2015. *Ekonomi Islam; Teori dan Aplikasinya pada Aktivitas Ekonomi*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Schiffman, Leon, dkk. 2008. *Perilaku Konsumen edisi ketujuh*, Jakarta : Indeks.

Setiadi, Nugroho. 2003. *Perilaku Konsumen*, Jakarta: Kencana.

Siregar, Syofian. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif*, Jakarta : Prenadamedia Group.

Stanton, William, dkk. 1984. *Prinsip Pemasaran*, Jakarta : Erlangga.

Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Kombinasi (Mixed Methods)*, Bandung : ALFABETA.

Sugiyono. 2007. “*Statistik untuk Penelitian*”, Bandung: Alfabeta.

Suhartati , Tati, dkk. 2012. *Teori Ekonomi Mikro*, Yogyakarta: Graha Ilmu.

Sumarwan, Ujang. 2011. *Perilaku Konsumen Teori dan penerapannya dalam pemasaran*. Bogor : Ghalia Indonesia.

Surachman. 2008. *Dasar-dasar Manajemen Merek; Alat Pemasaran untuk Memenangkan Persaingan* , Malang: Bayumedia Publishing.

Suryani, Tatik. 2013. *Perilaku Konsumen di Era Internet*, Yogyakarta: Graha Ilmu.

Swastha, Basu. 2014. *Manajemen Pemasaran analisis Perilaku Konsumen edisi Pertama* Yogyakarta : BPFE-Yogyakarta.

Tri Ratnasari, Ririn. 2011. *Teori dan Kasus Manajemen Pemasaran Jasa*, Bogor : Ghalia Indonesia.

Umar, Husein. 2009. *Metode Penelitian untuk skripsi dan Tesis bisnis*, Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.

Wibowo, Agung Edy. 2012. *Aplikasi Praktis SPSS Dalam Penelitian, Cetakan ke: 1*, Yogyakarta: Gramedia

Widya Utama, Christina. 2008. *Strategi Pemasaran Ritel*, Jakarta: PT indeks

Wijaya, Tony. 2013. *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis*, Yogyakarta: Graha Ilmu.

Yusuf, Muri. 2014. *Metode Penelitian : Kuantitatif, Kualitatif dan Penelitian Gabungan Edisi pertama*, Jakarta : PRENADAMEDIA.

Sumber Jurnal dan Skripsi:

https://id.wikipedia.org/wiki/Gaya_hidup (halaman terakhir diubah pada tanggal 27 April 2017, pukul 04.08)

Akbar, Kurnia. 2013 “*Analisis Pengaruh Harga, Brand Image, Dan Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Atau Smartphone Samsung Jenis Android (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Diponegoro)*”, Semarang : Universitas Diponegoro.

Gumelar, Brian. 2016. “*Pengaruh brand image dan celebrity Endorser terhadap keputusan pembelian kosmetik wardah (studi kasus pada mahasiswi S1*

Universitas Negeri Yogyakarta, Yogyakarta : skripsi Universitas Negeri Yogyakarta.

Indrawati, Devi. 2015. *“Pengaruh citra merek dan gaya hidup hedonis terhadap keputusan pembelian jilbab Zoya”*, Surabaya: skripsi Universitas Negeri Surabaya.

Kusumazani, Danang. 2014. *“Perancangan Media Komunikasi sebagai Brand Extension Miulan Hijab untuk Menambah Segmen Pasar Baru”*. Semarang : Jurnal Universitas Dian Nuswantoro.

Laras Pratiwi, Adhianti. 2017. *“Pengaruh Gaya Hidup, Citra Merek Dan Atribut Produk, Terhadap Keputusan Pembelian Hijab Zoya Di Jakarta Selatan”*. Jakarta : Skripsi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta

Lembang, Rosvita Dua. 2010. *“Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Cuaca Terhadap Keputusan dalam Pembelian The Siap Minum Dalam Kemasan Merek The Botol Sosro”*. Semarang : Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro.

Lestari, Ayu. 2016. *“Pengaruh harga dan produk terhadap Keputusan membeli produk Elzatta (studi kasus pada mahasiswa UIN Raden Fatah Fakultas Ekonomi dan bisnis Islam, Palembang : skripsi Universitas Islam Negeri Raden Fatah.*

Muhammad, Saikoo. 2016. *“Pengaruh Promosi, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Kerudung Rabbani”*, Semarang : Skripsi Universitas Diponegoro.

Pradnya Paramitha, Mariska. 2014. *“Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi*

Pembelian Konsumen Terhadap Produk Rabbani Di Bunker Rabbani Di Pucang Surabaya". Surabaya : Jurnal.

Sari, Cindy Purnama. 2014. "*Pengaruh hijabers community dan gaya hidup terhadap minat beli jilbab merek Elzatta*", Surabaya: skripsi Universitas Narotama Surabaya.

Setianingsih, Riana Dewi. 2016. "*Pengaruh selebriti pendukung dan citra merek terhadap keputusan pembelian kerudung Elzatta pada Mahasiswa Jember*", Jember : skripsi Universitas Jember.

Stefani, Selfie. 2016. "*Analisis Pengaruh Iklan Televisis, Celebrity Endorser, Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Kosmetik Berlabel Halal "WARDAH" Studi kasus pada mahasiswi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta*", Jakarta : Universitas Syarif Hidayatullah.

Tarigan, Eka Dewi Setia. 2016. "*Pengaruh Gaya hidup, label halal, dan harga terhadap keputusan pembelian kosmetik Wardah pada Mahasiswi program studi manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area Medan*", Medan : skripsi Universitas Medan Area Medan.

Triana, Naning. 2014. "*Pengaruh harga, kepercayaan dan kualitas pelayanan Terhadap keputusan pembelian pada perdangan e-commerce (studi kasus pada Miulan hijab Semarang)*". Semarang : Skripsi IAIN Walisongo.

LAMPIRAN 1

KUESIONER PRA SURVEY

Saya mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Syariah Angkatan 2014. Saat ini saya sedang menyusun skripsi dengan topik penelitian mengenai Gaya hidup, Harga Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Kerudung Miulan (Studi Kasus Mahasiswa IAIN Pekalongan jurusan Ekonomi Syariah) sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi.

Petunjuk pengisian : berilah tanda X (silang) pada jawaban yang sesuai

Nama : _____ (Boleh tidak diisi)

1. Jurusan ekonomi syariah IAIN Pekalongan angkatan?
 - a. 2014
 - b. 2015
 - c. 2016
 - d. 2017

2. Berapa kali dalam sebulan anda membeli kerudung ?
 - a. 1 kali
 - b. 2 kali
 - c. 3 kali
 - d. 4 kali
 - e. >4 kali

3. Model apa yang lebih anda sukai?



- a. Pasma
 - b. Segi empat
 - c. Kerudung instan
4. Apakah anda pernah membeli kerudung Miulan ?
- a. Ya
 - b. Tidak
5. Apakah kerudung Miulan mengikuti model (*trend*) yang sedang ada?
- a. Ya
 - b. Tidak
6. Berapa kali anda membeli kerudung Miulan ?
- a. 1 kali
 - b. >2 kali
7. Produk kerudung manakah yang sering anda beli?
- a. Rabbani
 - b. Miulan
 - c. Abika
 - d. Arina
8. Faktor apa saja yang mempengaruhi anda dalam melakukan keputusan
- a. Harga
 - b. Kualitas
 - c. Gaya hidup
 - d. Citra merek
 - e. Iklan

LAMPIRAN 2

KUESIONER PENELITIAN

PENGARUH FAKTOR GAYA HIDUP, HARGA DAN CITRA MEREK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KERUDUNG MIULAN (STUDI
KASUS MAHASISWI JURUSAN EKONOMI SYARIAH IAIN
PEKALONGAN)

Saya mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Syariah Angkatan 2014. Saat ini saya sedang menyusun skripsi dengan topik penelitian mengenai Gaya hidup, Harga Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Kerudung Miulan (Studi Kasus Mahasiswi IAIN Pekalongan jurusan Ekonomi Syariah) sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi. Untuk itu, saya mohon kesediaannya untuk memberikan jawaban yang sesungguhnya. Peneliti akan menjamin kerahasiaan data yang mahasiswi berikan, karena jawaban tersebut hanya sebagai bahan penelitian dan tidak untuk dipublikasikan.

Peneliti

Ade Elinda F.D



1. Identitas Responden

Nama : (boleh tidak diisi)

Umur :

- a. 18-20 tahun
- b. 21-23 tahun
- c. 24-26 tahun

2. Berapa kali anda membeli kerudung Miulan?

- a. 1 kali
- b. 2 kali
- c. 3 kali
- d. 4 kali
- e. >4 kali

3. Pengeluaran per bulan untuk kebutuhan pribadi?

- a. <Rp. 500.000
- b. Rp. 500.000 – Rp. 1.000.000
- c. Rp. 1.000.000 – Rp. 2.000.000

4. Petunjuk

Kami menginginkan pendapat anda tentang Gaya hidup, harga dan citra merek dalam keputusan pembelian kerudung Miulan.

5. Cara pengisian : berilah tanda ceklist (\checkmark) pada jawaban yang anda pilih.

Kriteria penilaian

No	Pernyataan	Skor
1.	Sangat setuju (SS)	5
2.	Setuju (S)	4
3.	Netral (N)	3
4.	Tidak setuju (TS)	2
5.	Sangat tidak setuju (STS)	1

GAYA HIDUP

No	Pernyataan	Jawaban				
		SS (5)	S (4)	N (3)	TS (2)	STS (1)
Aktivitas						



1.	Aktivitas sehari-hari saya mengenakan kerudung					
Minat						
2.	Produk Miulan termasuk produk yang mengikuti trend					
Opini						
5.	Produk Miulan lebih bagus dari produk kerudung yang lain					

HARGA

No	Pernyataan	Jawaban				
		SS (5)	S (4)	N (3)	TS (3)	STS (1)
Keterjangkauan harga						
1.	Harga produk relatif terjangkau sehingga menjadi pertimbangan bagi konsumen					
Kesesuaian harga dengan kualitas produk						



2.	Harga produk sesuai dengan kualitas produk					
Daya saing harga						
3.	Harga produk sesuai dan sebanding dengan harga produk lain					

CITRA MEREK

No	Pernyataan	Jawaban				
		SS (5)	S (4)	N (3)	TS (2)	STS (1)
Manfaat						
1.	Produk kerudung Miulan memiliki kualitas yang baik dan model yang mengikuti zaman					
Nilai						
2.	Produk Miulan mempunyai ciri khas yang berbeda dari					



	produk lain					
Kepribadian						
3.	Produk Miulan mencerminkan identitas konsumen menjadi muslimah					

KEPUTUSAN PEMBELIAN

No	Pernyataan	Jawaban				
		SS (5)	S (4)	N (3)	TS (2)	STS (1)
Pengenalan masalah						
1.	Saya membeli produk Miulan sesuai dengan kebutuhan saya					
Pencarian informasi						
2.	Saya mencari informasi terlebih dahulu sebelum					



	memutuskan untuk membeli produk Miulan						
Evaluasi alternatif							
3.	Saya melakukan evaluasi terhadap produk Miulan sebelum memutuskan untuk membeli produk Miulan						
Keputusan pembelian							
4.	Saya yakin saat mengambil keputusan untuk membeli produk Miulan						
Evaluasi pasca pembelian							
5.	Saya merasa puas dengan produk Miulan dan akan merekomendasikan kepada teman saya						

LAMPIRAN 3

TABULASI PRA SURVEY

No	1				2					3			4		5		6		7				8				
	2014	2015	2016	2017	1 kali	2 kali	3 kali	4 kali	>4 kali	Pasminda	Segi Empat	Kerudung instan	Ya	Tidak	Ya	Tidak	1 kali	>2kali	Rabbani	Miulan	Abika	Arina	Harga	Kualitas	Gaya Hidup	Citra merek	Iklan
1				1			1					1	1		1		1		1								1
2	1				1						1		1		1		1		1					1			
3			1			1						1		1	1								1				
4			1		1							1	1		1			1		1				1			
5				1		1						1	1		1		1			1							1
6				1		1						1	1		1			1		1			1				1
7				1	1					1					1				1					1			1
8			1			1				1				1	1				1						1		1
9		1				1				1				1	1							1	1				
10	1					1						1	1		1		1			1			1				1
11	1					1						1	1		1			1		1					1		
12	1					1						1	1		1			1		1				1			1
13			1			1						1	1		1		1			1			1		1		
14	1					1					1		1		1			1		1							1
15		1				1						1	1		1			1		1			1				
16			1			1					1		1		1		1		1					1			
17	1					1						1		1	1				1						1		
18	1					1						1	1		1			1		1							1
19	1				1							1	1		1			1		1					1		
20			1		1						1		1		1		1			1					1		
	8	2	6	4	5	14	1	0	0	3	4	13	15	4	20	0	6	9	5	13	0	1	6	4	7	9	0

LAMPIRAN 4

TABULASI IDENTITAS RESPONDEN

No	Usia	Kode	Membeli kerudung Miulan	Kode	Pengeluaran per bulan	Kode
1	20 tahun	1	1 kali	1	Rp. 500.000 - Rp. 1.000.000	2
2	19 tahun	1	1 kali	1	Rp. 500.000 - Rp. 1.000.000	2
3	20 tahun	1	2 kali	2	Rp. 500.000 - Rp. 1.000.000	2
4	20 tahun	1	1 kali	1	Rp. 500.000 - Rp. 1.000.000	2
5	21 tahun	2	2 kali	2	Rp. 1.000.000 - Rp. 2.000.000	3
6	20 tahun	1	2 kali	2	Rp. 500.000 - Rp. 1.000.000	2
7	22 tahun	2	2 kali	2	Rp. 500.000 - Rp. 1.000.000	2
8	21 tahun	2	1 kali	1	Rp. 500.000 - Rp. 1.000.000	2
9	20 tahun	1	2 kali	2	Rp. 500.000 - Rp. 1.000.000	2
10	21 tahun	2	3 kali	3	Rp. 1.000.000 - Rp. 2.000.000	3
11	20 tahun	1	2 kali	2	Rp. 500.000 - Rp. 1.000.000	2
12	21 tahun	2	2 kali	2	Rp. 500.000 - Rp. 1.000.000	2
13	22 tahun	2	1 kali	1	Rp. 500.000 - Rp. 1.000.000	2
14	21 tahun	2	2 kali	2	Rp. 500.000 - Rp. 1.000.000	2
15	22 tahun	2	3 kali	3	Rp. 500.000 - Rp. 1.000.000	2
16	21 tahun	2	2 kali	2	Rp. 500.000 - Rp. 1.000.000	2
17	20 tahun	1	3 kali	3	Rp. 500.000 - Rp. 1.000.000	2
18	22 tahun	2	2 kali	2	Rp. 500.000 - Rp. 1.000.000	2
19	21 tahun	2	1 kali	1	< Rp. 500.000	1

20	20 tahun	1	1 kali	1	Rp. 500.000 - Rp. 1.000.000	2
21	20 tahun	1	2 kali	2	Rp. 500.000 - Rp. 1.000.000	2
22	19 tahun	1	2kali	2	Rp. 1.000.000 - Rp. 2. 000.000	3
23	20 tahun	1	1 kali	1	< Rp. 500.000	1
24	22 tahun	2	2 kali	2	Rp. 1.000.000 - Rp. 2. 000.000	3
25	20 tahun	1	2 kali	2	Rp. 500.000 - Rp. 1.000.000	2
26	19 tahun	1	1 kali	1	Rp. 500.000 - Rp. 1.000.000	2
27	20 tahun	1	2 kali	2	Rp. 500.000 - Rp. 1.000.000	2
28	21 tahun	2	3 kali	3	Rp. 500.000 - Rp. 1.000.000	2
29	20 tahun	1	2 kali	2	Rp. 500.000 - Rp. 1.000.000	2
30	22 tahun	2	2 kali	2	Rp. 500.000 - Rp. 1.000.000	2
31	21 tahun	2	1 kali	1	Rp. 500.000 - Rp. 1.000.000	2
32	19 tahun	1	2 kali	2	Rp. 500.000 - Rp. 1.000.000	2
33	20 tahun	1	3 kali	3	Rp. 500.000 - Rp. 1.000.000	2
34	22 tahun	2	1 kali	1	Rp. 500.000 - Rp. 1.000.000	2
35	21 tahun	2	2 kali	2	Rp. 500.000 - Rp. 1.000.000	2
36	21 tahun	2	2 kali	2	Rp. 500.000 - Rp. 1.000.000	2
37	22 tahun	2	3 kali	3	Rp. 500.000 - Rp. 1.000.000	2
38	22 tahun	2	2 kali	2	Rp. 1.000.000 - Rp. 2. 000.000	3
39	20 tahun	1	1 kali	1	Rp. 500.000 - Rp. 1.000.000	2
40	22 tahun	2	1 kali	1	Rp. 500.000 - Rp. 1.000.000	2
41	21 tahun	2	2 kali	2	Rp. 500.000 - Rp. 1.000.000	2
42	20 tahun	1	1 kali	1	Rp. 500.000 - Rp. 1.000.000	2
43	19 tahun	1	1 kali	1	Rp. 500.000 - Rp. 1.000.000	2
44	19 tahun	1	2 kali	2	Rp. 500.000 - Rp. 1.000.000	2

45	20 tahun	1	2 kali	2	Rp. 500.000 - Rp. 1.000.000	2
46	21 tahun	2	1 kali	1	Rp. 500.000 - Rp. 1.000.000	2
47	22 tahun	2	2 kali	2	Rp. 500.000 - Rp. 1.000.000	2
48	20 tahun	1	1 kali	1	Rp. 500.000 - Rp. 1.000.000	2
49	22 tahun	2	2 kali	2	Rp. 500.000 - Rp. 1.000.000	2
50	21 tahun	2	1 kali	1	Rp. 500.000 - Rp. 1.000.000	2
51	22 tahun	2	2 kali	2	Rp. 500.000 - Rp. 1.000.000	2
52	20 tahun	1	2 kali	2	Rp. 500.000 - Rp. 1.000.000	2
53	22 tahun	2	1 kali	1	Rp. 500.000 - Rp. 1.000.000	2
54	20 tahun	1	2 kali	2	Rp. 500.000 - Rp. 1.000.000	2
55	21 tahun	2	1 kali	1	Rp. 1.000.000 - Rp. 2. 000.000	3
56	22 tahun	2	2 kali	2	Rp. 500.000 - Rp. 1.000.000	2
57	23 tahun	2	2 kali	2	Rp. 500.000 - Rp. 1.000.000	2
58	21 tahun	2	2 kali	2	Rp. 500.000 - Rp. 1.000.000	2
59	20 tahun	1	2 kali	2	Rp. 500.000 - Rp. 1.000.000	2
60	23 tahun	2	1 kali	1	Rp. 500.000 - Rp. 1.000.000	2
61	21 tahun	2	1 kali	1	Rp. 500.000 - Rp. 1.000.000	2
62	21 tahun	2	2 kali	2	Rp. 500.000 - Rp. 1.000.000	2
63	20 tahun	1	1 kali	1	Rp. 500.000 - Rp. 1.000.000	2
64	19 tahun	1	2 kali	2	Rp. 500.000 - Rp. 1.000.000	2
65	20 tahun	1	1 kali	1	< Rp. 500.000	1
66	22 tahun	2	1 kali	1	Rp. 500.000 - Rp. 1.000.000	2
67	21 tahun	2	2 kali	2	Rp. 500.000 - Rp. 1.000.000	2
68	23 tahun	2	3 kali	3	Rp. 500.000 - Rp. 1.000.000	2
69	23 tahun	2	2 kali	2	Rp. 1.000.000 - Rp. 2. 000.000	2

70	22 tahun	2	3 kali	3	Rp. 1.000.000 - Rp. 2. 000.000	3
71	22 tahun	2	2 kali	2	Rp. 500.000 - Rp. 1.000.000	2
72	21 tahun	2	3 kali	3	Rp. 500.000 - Rp. 1.000.000	2
73	21 tahun	2	2 kali	2	Rp. 500.000 - Rp. 1.000.000	2
74	20 tahun	1	1 kali	1	Rp. 500.000 - Rp. 1.000.000	2
75	20 tahun	1	2 kali	2	Rp. 500.000 - Rp. 1.000.000	2
76	21 tahun	2	1 kali	1	Rp. 500.000 - Rp. 1.000.000	2
77	22 tahun	2	2 kali	2	Rp. 500.000 - Rp. 1.000.000	2
78	20 tahun	1	2 kali	2	Rp. 500.000 - Rp. 1.000.000	2
79	23 tahun	2	2 kali	2	Rp. 500.000 - Rp. 1.000.000	2
80	22 tahun	2	2 kali	2	Rp. 500.000 - Rp. 1.000.000	2
81	22 tahun	2	1 kali	1	< Rp. 500.000	1
82	20 tahun	1	2 kali	2	Rp. 500.000 - Rp. 1.000.000	2
83	21 tahun	2	3 kali	3	Rp. 1.000.000 - Rp. 2. 000.000	3
84	22 tahun	2	2 kali	2	Rp. 500.000 - Rp. 1.000.000	2
85	20 tahun	1	2 kali	2	Rp. 500.000 - Rp. 1.000.000	2
86	19 tahun	1	1 kali	1	Rp. 500.000 - Rp. 1.000.000	2
87	20 tahun	1	1 kali	1	Rp. 500.000 - Rp. 1.000.000	2
88	21 tahun	2	1 kali	1	Rp. 500.000 - Rp. 1.000.000	2
89	22 tahun	2	2 kali	2	Rp. 1.000.000 - Rp. 2. 000.000	3
90	19 tahun	1	1 kali	1	Rp. 500.000 - Rp. 1.000.000	2
91	22 tahun	2	2 kali	2	Rp. 500.000 - Rp. 1.000.000	2
92	22 tahun	2	1 kali	1	Rp. 500.000 - Rp. 1.000.000	2
93	23 tahun	2	1 kali	1	Rp. 500.000 - Rp. 1.000.000	2
94	22 tahun	2	3 kali	3	Rp. 500.000 - Rp. 1.000.000	2

95	20 tahun	1	2 kali	2	Rp. 500.000 - Rp. 1.000.000	2
96	22 tahun	2	1 kali	1	Rp. 500.000 - Rp. 1.000.000	2
97	21 tahun	2	2 kali	2	Rp. 1.000.000 - Rp. 2. 000.000	3
98	20 tahun	1	2 kali	2	Rp. 500.000 - Rp. 1.000.000	2
99	22 tahun	2	1 kali	1	Rp. 500.000 - Rp. 1.000.000	2
100	21 tahun	2	2 kali	2	Rp. 500.000 - Rp. 1.000.000	2



LAMPIRAN 5

DATA TABULASI

Gaya Hidup				Harga				citra merek				Keputusan Pembelian					
item 1	item 2	item 3	jumlah	item 1	item 2	item 3	Jumlah	item 1	item 2	item 3	jumlah	item 1	item 2	item 3	item 4	item 5	Jumlah
5	4	3	12	5	5	5	15	5	5	5	15	5	4	4	5	5	23
5	5	4	14	5	5	4	14	5	4	4	13	4	3	5	4	4	20
5	5	3	13	5	5	5	15	4	4	5	13	5	4	3	5	5	22
5	4	3	12	5	5	4	14	4	4	4	12	4	3	4	4	5	20
5	4	4	13	4	4	4	12	5	4	4	13	4	4	3	4	4	19
5	3	3	11	4	4	4	12	5	4	4	13	4	4	4	4	4	20
4	3	3	10	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	3	4	4	19
4	4	3	11	4	4	5	13	4	4	4	12	5	3	4	4	5	21
5	4	4	13	4	4	4	12	5	4	4	13	4	4	3	4	4	19
5	4	4	13	5	5	4	14	4	4	4	12	4	4	4	4	5	21
5	5	4	14	5	5	4	14	4	4	4	12	4	4	4	4	4	20
5	5	5	15	4	4	4	12	5	5	4	14	4	4	4	4	5	21
5	4	4	13	4	4	5	13	5	5	4	14	5	4	4	4	4	21
5	5	5	15	5	5	4	14	5	5	4	14	4	4	4	4	3	19
5	5	4	14	5	5	5	15	5	5	4	14	5	4	3	4	5	21
5	4	4	13	5	5	5	15	4	4	4	12	5	4	4	4	4	21
5	4	4	13	5	5	5	15	5	5	3	13	5	4	3	3	4	19
5	4	4	13	5	5	4	14	4	4	4	12	4	4	3	4	4	19
4	4	3	11	5	5	4	14	5	5	4	14	4	3	3	4	4	18



5	4	4	13	4	4	4	12	4	4	3	11	4	4	4	3	4	19
5	4	4	13	5	5	4	14	5	5	4	14	4	4	4	4	4	20
4	4	3	11	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	4	4	20
4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	3	4	3	18
4	4	4	12	4	4	3	11	4	4	3	11	3	4	4	3	4	18
5	4	4	13	4	4	4	12	4	4	3	11	4	4	3	3	4	18
5	5	5	15	5	5	4	14	4	4	4	12	4	4	4	4	5	21
5	5	5	15	4	4	4	12	5	5	4	14	4	4	4	4	5	21
5	4	5	14	5	5	5	15	5	5	4	14	5	5	4	4	4	22
4	4	3	11	4	4	4	12	5	5	4	14	4	4	3	4	3	18
5	5	4	14	4	4	4	12	5	5	4	14	4	3	3	4	4	18
5	4	4	13	4	4	5	13	5	5	4	14	5	4	4	4	4	21
5	5	5	15	4	4	5	13	5	5	4	14	5	4	4	4	4	21
5	4	5	14	5	5	5	15	5	5	4	14	5	4	4	4	4	21
5	4	5	14	5	5	4	14	5	5	4	14	4	4	4	4	4	20
5	4	4	13	4	4	4	12	5	5	5	15	4	5	4	5	4	22
5	5	5	15	5	5	5	15	4	4	4	12	5	4	4	4	4	21
5	4	5	14	5	5	5	15	5	5	4	14	5	4	4	4	4	21
5	4	4	13	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	4	4	20
5	4	4	13	4	4	4	12	5	5	4	14	4	4	3	4	4	19
5	4	4	13	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	4	5	21
4	4	3	11	4	4	3	11	4	3	3	10	3	3	3	3	3	15
5	4	4	13	4	4	4	12	4	4	4	12	4	3	3	4	3	17
5	4	3	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	4	4	20
5	4	3	12	4	4	3	11	5	5	4	14	3	4	4	4	4	19
4	3	3	10	4	4	4	12	4	4	4	12	4	3	3	4	3	17

5	4	3	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	3	3	4	3	17
5	3	3	11	5	5	4	14	4	4	4	12	4	4	3	4	4	19
4	4	3	11	4	4	4	12	4	4	4	12	4	3	3	4	3	17
5	4	4	13	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	4	5	21
5	4	4	13	5	5	4	14	4	4	3	11	4	3	3	3	3	16
5	4	4	13	4	4	4	12	4	4	3	11	4	4	3	3	4	18
5	4	4	13	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	3	4	4	19
5	5	4	14	4	4	4	12	4	4	3	11	4	3	3	3	3	16
5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	15	5	4	4	5	4	22
5	4	4	13	5	5	5	15	5	5	4	14	5	5	4	4	5	23
5	5	5	15	5	5	4	14	5	5	4	14	4	5	4	4	5	22
5	5	4	14	5	5	5	15	4	4	4	12	5	4	4	4	5	22
4	4	4	12	4	4	4	12	5	5	4	14	4	4	4	4	5	21
5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	5	5	25
5	4	4	13	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	3	4	4	19
5	5	4	14	5	5	4	14	5	5	4	14	4	4	4	4	5	21
4	4	4	12	3	3	3	9	4	4	3	11	3	4	3	3	4	17
5	4	4	13	4	4	4	12	4	4	3	11	4	4	3	3	4	18
5	4	4	13	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	4	4	20
5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	4	14	5	5	4	4	5	23
5	4	3	12	4	4	4	12	4	4	3	11	4	3	3	3	3	16
4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	4	4	20
4	4	3	11	4	4	4	12	4	3	3	10	3	3	4	3	3	16
5	4	4	13	5	5	4	14	4	4	4	12	4	4	4	4	4	20
5	4	4	13	4	4	4	12	4	4	3	11	4	3	3	3	4	17
5	5	5	15	5	5	4	14	4	4	4	12	4	4	4	4	5	21

5	5	5	15	4	4	4	12	5	5	5	15	4	4	4	5	5	22
5	4	4	13	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	4	5	21
5	5	5	15	5	5	4	14	4	4	5	13	4	5	5	5	5	24
4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	4	4	20
5	3	3	11	4	4	4	12	4	3	4	11	4	3	3	4	4	18
4	3	3	10	4	4	4	12	4	3	3	10	4	3	3	3	3	16
5	3	3	11	4	4	4	12	3	3	4	10	3	4	3	4	4	18
4	3	3	10	4	4	3	11	3	3	3	9	3	3	3	3	3	15
5	5	5	15	5	5	4	14	4	4	4	12	4	4	4	4	5	21
5	4	3	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	3	4	4	19
5	5	5	15	4	4	4	12	4	4	3	11	4	4	4	3	4	19
5	5	4	14	5	5	4	14	4	4	3	11	4	4	3	3	4	18
5	5	4	14	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	4	4	20
5	4	4	13	5	5	5	15	5	5	5	15	5	4	5	5	5	24
5	5	5	15	5	5	4	14	4	4	4	12	4	4	4	4	5	21
4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	4	3	19
5	5	4	14	5	5	5	15	4	4	4	12	5	5	5	4	5	24
5	4	4	13	5	5	4	14	4	4	4	12	4	4	4	4	4	20
5	4	5	14	5	5	5	15	5	5	4	14	5	4	4	4	4	21
4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	4	4	20
5	4	3	12	4	4	3	11	5	3	4	12	3	3	4	4	4	18
5	4	4	13	4	4	4	12	4	4	4	12	4	3	3	4	4	18
5	4	4	13	4	4	4	12	4	4	3	11	4	4	4	3	3	18
4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	4	4	20
5	5	5	15	5	5	5	15	4	4	5	13	5	4	5	5	5	24
5	4	4	13	5	5	4	14	5	5	3	13	4	4	4	3	3	18



5	5	4	14	5	5	4	14	5	5	4	14	4	4	4	4	3	19
5	5	4	14	4	4	4	12	5	5	3	13	4	4	4	3	5	20
5	5	4	14	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	4	5	21

LAMPIRAN 8

DOKUMENTASI

Dokumentasi Pra Survey



Dokumentasi Kuesioner





LAMPIRAN 9

OUTPUT SPSS

IDENTITAS RESPONDEN

Usia responden

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 19 tahun	9	9,0	9,0	9,0
20 tahun	31	31,0	31,0	40,0
21 tahun	26	26,0	26,0	66,0
22 tahun	28	28,0	28,0	94,0
23 tahun	6	6,0	6,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Berapa kali membeli kerudung Miulan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1 kali	36	36,0	36,0	36,0
2 kali	53	53,0	53,0	89,0
3 kali	11	11,0	11,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	



Pengeluaran per bulan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
< Rp. 500.000	4	4,0	4,0	4,0
Rp. 1.000.000 - Rp. 2.000.000	11	11,0	11,0	15,0
Valid Rp. 500.000 - Rp. 1.000.000	85	85,0	85,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

UJI VALIDITAS

GAYA HIDUP

Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	Gaya hidup
X1.1	Pearson Correlation	1	,370**	,391**	,651**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000
	N	100	100	100	100
X1.2	Pearson Correlation	,370**	1	,621**	,850**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100
X1.3	Pearson Correlation	,391**	,621**	1	,883**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000
	N	100	100	100	100
Gaya hidup	Pearson Correlation	,651**	,850**	,883**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

HARGA

Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	Harga
X2.1	Pearson Correlation	1	,981**	,482**	,927**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000
	N	100	100	100	100
X2.2	Pearson Correlation	1,000**	1	,490**	,945**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100
X2.3	Pearson Correlation	,490**	,490**	1	,749**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000
	N	100	100	100	100
Harga	Pearson Correlation	,945**	,945**	,749**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).



CITRA MEREK

Correlations

		X3.1	X3.2	X3.3	Citra merek
X3.1	Pearson Correlation	1	,822**	,290**	,872**
	Sig. (2-tailed)		,000	,003	,000
	N	100	100	100	100
X3.2	Pearson Correlation	,822**	1	,324**	,893**
	Sig. (2-tailed)	,000		,001	,000
	N	100	100	100	100
X3.3	Pearson Correlation	,290**	,324**	1	,658**
	Sig. (2-tailed)	,003	,001		,000
	N	100	100	100	100
Citra merek	Pearson Correlation	,872**	,893**	,658**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

KEPUTUSAN PEMBELIAN

		Correlations					
		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Keputusan pembelian
Y1	Pearson Correlation	1	,355**	,300**	,413**	,348**	,652**
	Sig. (2-tailed)		,000	,002	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
Y2	Pearson Correlation	,355**	1	,460**	,356**	,468**	,718**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
Y3	Pearson Correlation	,300**	,460**	1	,426**	,471**	,737**
	Sig. (2-tailed)	,002	,000		,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
Y4	Pearson Correlation	,413**	,356**	,426**	1	,454**	,723**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
Y5	Pearson Correlation	,348**	,468**	,471**	,454**	1	,786**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000
	N	100	100	100	100	100	100
Keputusan pembelian	Pearson Correlation	,652**	,718**	,737**	,723**	,786**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

UJI RELIABILITAS

GAYA HIDUP

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	100	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,716	3

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1.1	8,2100	1,299	,423	,761
X1.2	8,7800	,840	,624	,510
X1.3	9,0300	,676	,632	,514

HARGA

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	100	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.



Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,854	3

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X2.1	8,5600	,774	,865	,658
X2.2	8,5600	,774	,865	,658
X2.3	8,8000	1,051	,490	1,000

CITRA MEREK

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	100	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,736	3

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X3.1	8,1500	,816	,698	,488
X3.2	8,2500	,715	,711	,450
X3.3	8,6200	1,107	,323	,900

KEPUTUSAN PEMBELIAN

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	100	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

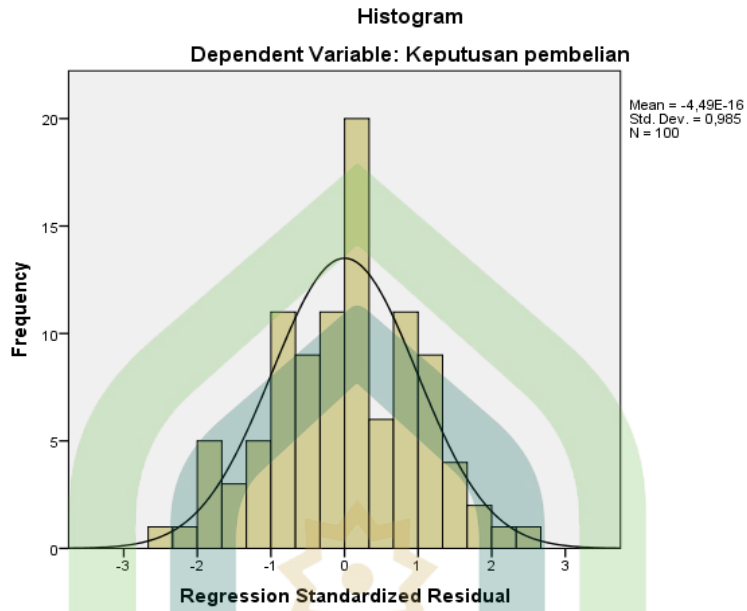
Cronbach's Alpha	N of Items
,771	5

Item-Total Statistics

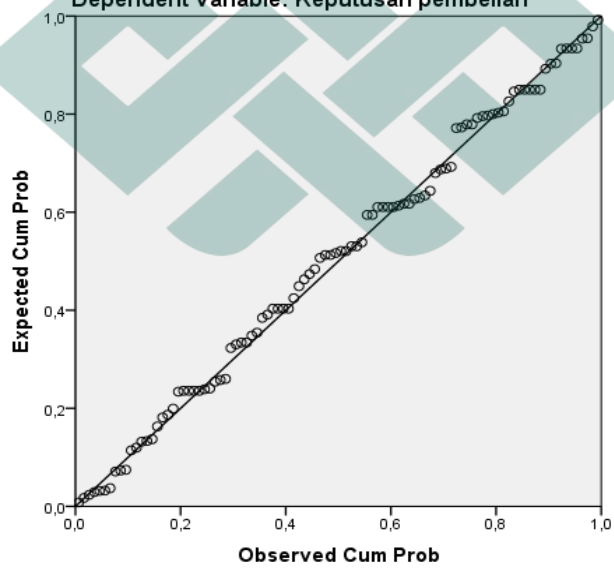
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y1	15,5900	3,093	,461	,755
Y2	15,8500	2,977	,556	,726
Y3	16,0200	2,828	,561	,723
Y4	15,8400	2,944	,558	,725
Y5	15,6200	2,501	,593	,714

UJI ASUMSI KLASIK

UJI NORMALITAS



Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual
Dependent Variable: Keputusan pembelian





One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0E-7
	Std. Deviation	1,33575025
Most Extreme Differences	Absolute	,055
	Positive	,037
	Negative	-,055
Kolmogorov-Smirnov Z		,550
Asymp. Sig. (2-tailed)		,922

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

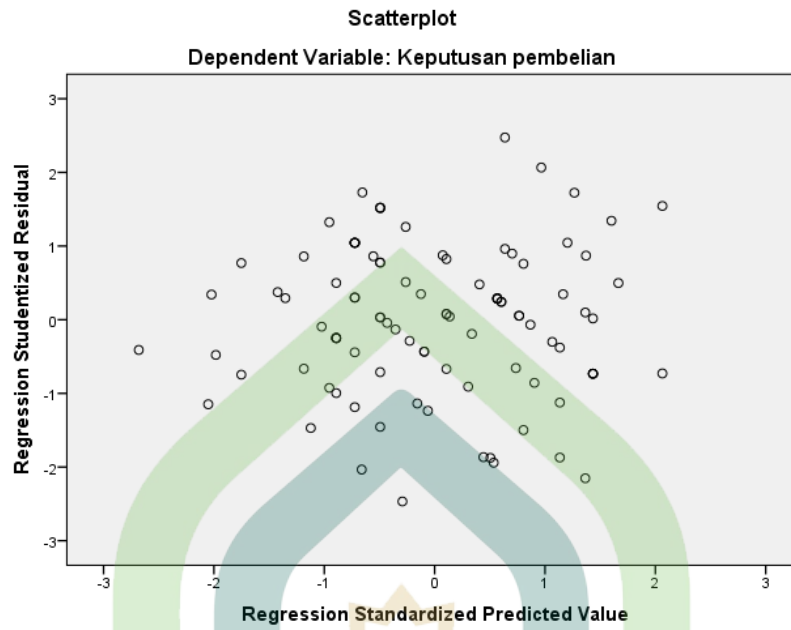
UJI MULTIKOLINIERITAS

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	4,843	1,904		2,544	,013		
1 X1	,459	,148	,301	3,100	,003	,626	1,598
X2	,002	,187	,001	,011	,991	,453	2,210
X3	,689	,198	,431	3,476	,001	,382	2,619

a. Dependent Variable: Y

UJI HETEROSKEDASTISITAS



UJI HETEROSKEDASTISITAS UJI GLEJESER

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	,229	,960		,239	,812
	Gaya hidup	-,093	,070		-,158	,186
	Harga	,133	,072		,224	,066
	Citra merek	,025	,071		,042	,720

a. Dependent Variable: RES2

UJI REGRESI LINIER BERGANDA

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1,126	1,635		,689	,493
Gaya hidup	,361	,119	,239	3,037	,003
Harga	,470	,122	,307	3,850	,000
Citra merek	,625	,120	,401	5,185	,000

a. Dependent Variable: Keputusan pembelian

UJI T , UJI F dan UJI KOEFISIEN DETERMINASI

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1,126	1,635		,689	,493
Gaya hidup	,361	,119	,239	3,037	,003
Harga	,470	,122	,307	3,850	,000
Citra merek	,625	,120	,401	5,185	,000

a. Dependent Variable: Keputusan pembelian

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	243,071	3	81,024	44,035	,000 ^b
Residual	176,639	96	1,840		
Total	419,710	99			

a. Dependent Variable: Keputusan pembelian

b. Predictors: (Constant), Citra merek , Gaya hidup, Harga



Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,761 ^a	,579	,566	1,35646

a. Predictors: (Constant), Citra merek , Gaya hidup, Harga





Distribusi Nilai r_{tabel} Signifikansi 5% dan 1%

df=(N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.00
1	0.987	0.996	0.999	0.999	1.000
2	0.900	0.950	0.980	0.990	0.999
3	0.805	0.878	0.934	0.958	0.991
4	0.729	0.811	0.882	0.917	0.974
5	0.669	0.754	0.832	0.874	0.950
6	0.621	0.706	0.788	0.834	0.924
7	0.582	0.666	0.749	0.797	0.898
8	0.549	0.631	0.715	0.764	0.872
9	0.521	0.602	0.685	0.734	0.847
10	0.497	0.576	0.658	0.707	0.823
11	0.476	0.552	0.633	0.683	0.801
12	0.457	0.532	0.612	0.661	0.780
13	0.440	0.514	0.592	0.641	0.760
14	0.425	0.497	0.574	0.622	0.741
15	0.412	0.482	0.557	0.605	0.724
16	0.400	0.468	0.542	0.589	0.708
17	0.388	0.455	0.528	0.575	0.693
18	0.378	0.443	0.515	0.561	0.678
19	0.368	0.432	0.503	0.548	0.665
20	0.359	0.422	0.492	0.536	0.652
21	0.351	0.413	0.481	0.525	0.640
22	0.343	0.404	0.471	0.515	0.628
23	0.336	0.396	0.462	0.505	0.617
24	0.329	0.388	0.453	0.495	0.607
25	0.323	0.380	0.445	0.486	0.597
26	0.317	0.373	0.437	0.478	0.588
27	0.311	0.367	0.429	0.470	0.579
28	0.306	0.361	0.422	0.462	0.570
29	0.300	0.355	0.415	0.455	0.562
30	0.296	0.349	0.409	0.448	0.554
31	0.291	0.344	0.403	0.442	0.546
32	0.286	0.338	0.397	0.435	0.539
33	0.282	0.333	0.391	0.429	0.532
34	0.278	0.329	0.386	0.423	0.525
35	0.274	0.324	0.381	0.418	0.518



36	0.270	0.320	0.376	0.412	0.512
37	0.267	0.316	0.371	0.407	0.506
38	0.263	0.312	0.366	0.402	0.500
39	0.260	0.308	0.362	0.397	0.495
40	0.257	0.304	0.357	0.393	0.489
41	0.254	0.300	0.353	0.388	0.484
42	0.251	0.297	0.349	0.384	0.479
43	0.248	0.294	0.345	0.380	0.474
44	0.245	0.290	0.342	0.376	0.469
45	0.242	0.287	0.338	0.372	0.464
46	0.240	0.284	0.334	0.368	0.460
47	0.237	0.281	0.331	0.364	0.455
48	0.235	0.278	0.328	0.361	0.451
49	0.232	0.275	0.324	0.357	0.447
50	0.230	0.273	0.321	0.354	0.443
51	0.228	0.270	0.318	0.350	0.439
52	0.226	0.268	0.315	0.347	0.435
53	0.224	0.265	0.312	0.344	0.431
54	0.222	0.263	0.310	0.341	0.428
55	0.220	0.260	0.307	0.338	0.424
56	0.218	0.258	0.304	0.335	0.421
57	0.216	0.256	0.302	0.332	0.417
58	0.214	0.254	0.299	0.330	0.414
59	0.212	0.252	0.297	0.327	0.411
60	0.210	0.250	0.294	0.324	0.407
61	0.209	0.248	0.292	0.322	0.404
62	0.207	0.246	0.290	0.319	0.401
63	0.205	0.244	0.288	0.317	0.398
64	0.204	0.242	0.285	0.315	0.395
65	0.202	0.240	0.283	0.312	0.393
66	0.201	0.238	0.281	0.310	0.390
67	0.199	0.236	0.279	0.308	0.387
68	0.198	0.235	0.277	0.306	0.385
69	0.196	0.233	0.275	0.303	0.382
70	0.195	0.231	0.273	0.301	0.379
71	0.194	0.230	0.271	0.299	0.377
72	0.192	0.228	0.270	0.297	0.374
73	0.191	0.227	0.268	0.295	0.372
74	0.190	0.225	0.266	0.293	0.370
75	0.188	0.224	0.264	0.291	0.367
76	0.187	0.222	0.263	0.290	0.365



77	0.186	0.221	0.261	0.288	0.363
78	0.185	0.219	0.259	0.286	0.361
79	0.184	0.218	0.258	0.284	0.358
80	0.182	0.217	0.256	0.283	0.356
81	0.181	0.215	0.255	0.281	0.354
82	0.180	0.214	0.253	0.279	0.352
83	0.179	0.213	0.252	0.278	0.350
84	0.178	0.212	0.250	0.276	0.348
85	0.177	0.210	0.249	0.274	0.346
86	0.176	0.209	0.247	0.273	0.344
87	0.175	0.208	0.246	0.271	0.343
88	0.174	0.207	0.244	0.270	0.341
89	0.173	0.206	0.243	0.268	0.339
90	0.172	0.205	0.242	0.267	0.337
91	0.171	0.203	0.240	0.265	0.335
92	0.170	0.202	0.239	0.264	0.334
93	0.169	0.201	0.238	0.263	0.332
94	0.168	0.200	0.237	0.261	0.330
95	0.168	0.199	0.235	0.260	0.329
96	0.167	0.198	0.234	0.259	0.327
97	0.166	0.197	0.233	0.257	0.325
98	0.165	0.196	0.232	0.256	0.324
99	0.164	0.195	0.231	0.255	0.322
100	0.163	0.194	0.230	0.254	0.321



Distribusi Nilai t_{tabel} Signifikansi 0,05

df	Pr 0.50	0.25 0.20	0.10 0.10	0.05 0.050	0.025 0.02	0.01 0.010	0.005 0.002
1	1.00000	3.07768	6.31375	12.70620	31.82052	63.65674	318.30884
2	0.81650	1.88562	2.91999	4.30265	6.96456	9.92484	22.32712
3	0.76489	1.63774	2.35336	3.18245	4.54070	5.84091	10.21453
4	0.74070	1.53321	2.13185	2.77645	3.74695	4.60409	7.17318
5	0.72669	1.47588	2.01505	2.57058	3.36493	4.03214	5.89343
6	0.71756	1.43976	1.94318	2.44691	3.14267	3.70743	5.20763
7	0.71114	1.41492	1.89458	2.36462	2.99795	3.49948	4.78529
8	0.70639	1.39682	1.85955	2.30600	2.89646	3.35539	4.50079
9	0.70272	1.38303	1.83311	2.26216	2.82144	3.24984	4.29681
10	0.69981	1.37218	1.81246	2.22814	2.76377	3.16927	4.14370
11	0.69745	1.36343	1.79588	2.20099	2.71808	3.10581	4.02470
12	0.69548	1.35622	1.78229	2.17881	2.68100	3.05454	3.92963
13	0.69383	1.35017	1.77093	2.16037	2.65031	3.01228	3.85198
14	0.69242	1.34503	1.76131	2.14479	2.62449	2.97684	3.78739
15	0.69120	1.34061	1.75305	2.13145	2.60248	2.94671	3.73283
16	0.69013	1.33676	1.74588	2.11991	2.58349	2.92078	3.68615
17	0.68920	1.33338	1.73961	2.10982	2.56693	2.89823	3.64577
18	0.68836	1.33039	1.73406	2.10092	2.55238	2.87844	3.61048
19	0.68762	1.32773	1.72913	2.09302	2.53948	2.86093	3.57940
20	0.68695	1.32534	1.72472	2.08596	2.52798	2.84534	3.55181
21	0.68635	1.32319	1.72074	2.07961	2.51765	2.83136	3.52715
22	0.68581	1.32124	1.71714	2.07387	2.50832	2.81876	3.50499
23	0.68531	1.31946	1.71387	2.06866	2.49987	2.80734	3.48496
24	0.68485	1.31784	1.71088	2.06390	2.49216	2.79694	3.46678
25	0.68443	1.31635	1.70814	2.05954	2.48511	2.78744	3.45019
26	0.68404	1.31497	1.70562	2.05553	2.47863	2.77871	3.43500
27	0.68368	1.31370	1.70329	2.05183	2.47266	2.77068	3.42103
28	0.68335	1.31253	1.70113	2.04841	2.46714	2.76326	3.40816
29	0.68304	1.31143	1.69913	2.04523	2.46202	2.75639	3.39624
30	0.68276	1.31042	1.69726	2.04227	2.45726	2.75000	3.38518
31	0.68249	1.30946	1.69552	2.03951	2.45282	2.74404	3.37490
32	0.68223	1.30857	1.69389	2.03693	2.44868	2.73848	3.36531
33	0.68200	1.30774	1.69236	2.03452	2.44479	2.73328	3.35634
34	0.68177	1.30695	1.69092	2.03224	2.44115	2.72839	3.34793
35	0.68156	1.30621	1.68957	2.03011	2.43772	2.72381	3.34005
36	0.68137	1.30551	1.68830	2.02809	2.43449	2.71948	3.33262
37	0.68118	1.30485	1.68709	2.02619	2.43145	2.71541	3.32563
38	0.68100	1.30423	1.68595	2.02439	2.42857	2.71156	3.31903
39	0.68083	1.30364	1.68488	2.02269	2.42584	2.70791	3.31279
40	0.68067	1.30308	1.68385	2.02108	2.42326	2.70446	3.30688



Pr	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
df	0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
41	0.68052	1.30254	1.68288	2.01954	2.42080	2.70118	3.30127
42	0.68038	1.30204	1.68195	2.01808	2.41847	2.69807	3.29595
43	0.68024	1.30155	1.68107	2.01669	2.41625	2.69510	3.29089
44	0.68011	1.30109	1.68023	2.01537	2.41413	2.69228	3.28607
45	0.67998	1.30065	1.67943	2.01410	2.41212	2.68959	3.28148
46	0.67986	1.30023	1.67866	2.01290	2.41019	2.68701	3.27710
47	0.67975	1.29982	1.67793	2.01174	2.40835	2.68456	3.27291
48	0.67964	1.29944	1.67722	2.01063	2.40658	2.68220	3.26891
49	0.67953	1.29907	1.67655	2.00958	2.40489	2.67995	3.26508
50	0.67943	1.29871	1.67591	2.00856	2.40327	2.67779	3.26141
51	0.67933	1.29837	1.67528	2.00758	2.40172	2.67572	3.25789
52	0.67924	1.29805	1.67469	2.00665	2.40022	2.67373	3.25451
53	0.67915	1.29773	1.67412	2.00575	2.39879	2.67182	3.25127
54	0.67906	1.29743	1.67356	2.00488	2.39741	2.66998	3.24815
55	0.67898	1.29713	1.67303	2.00404	2.39608	2.66822	3.24515
56	0.67890	1.29685	1.67252	2.00324	2.39480	2.66651	3.24226
57	0.67882	1.29658	1.67203	2.00247	2.39357	2.66487	3.23948
58	0.67874	1.29632	1.67155	2.00172	2.39238	2.66329	3.23680
59	0.67867	1.29607	1.67109	2.00100	2.39123	2.66176	3.23421
60	0.67860	1.29582	1.67065	2.00030	2.39012	2.66028	3.23171
61	0.67853	1.29558	1.67022	1.99962	2.38905	2.65886	3.22930
62	0.67847	1.29536	1.66980	1.99897	2.38801	2.65748	3.22696
63	0.67840	1.29513	1.66940	1.99834	2.38701	2.65615	3.22471
64	0.67834	1.29492	1.66901	1.99773	2.38604	2.65485	3.22253
65	0.67828	1.29471	1.66864	1.99714	2.38510	2.65360	3.22041
66	0.67823	1.29451	1.66827	1.99656	2.38419	2.65239	3.21837
67	0.67817	1.29432	1.66792	1.99601	2.38330	2.65122	3.21639
68	0.67811	1.29413	1.66757	1.99547	2.38245	2.65008	3.21446
69	0.67806	1.29394	1.66724	1.99495	2.38161	2.64898	3.21260
70	0.67801	1.29376	1.66691	1.99444	2.38081	2.64790	3.21079
71	0.67796	1.29359	1.66660	1.99394	2.38002	2.64686	3.20903
72	0.67791	1.29342	1.66629	1.99346	2.37926	2.64585	3.20733
73	0.67787	1.29326	1.66600	1.99300	2.37852	2.64487	3.20567
74	0.67782	1.29310	1.66571	1.99254	2.37780	2.64391	3.20406
75	0.67778	1.29294	1.66543	1.99210	2.37710	2.64298	3.20249
76	0.67773	1.29279	1.66515	1.99167	2.37642	2.64208	3.20096
77	0.67769	1.29264	1.66488	1.99125	2.37576	2.64120	3.19948
78	0.67765	1.29250	1.66462	1.99085	2.37511	2.64034	3.19804
79	0.67761	1.29236	1.66437	1.99045	2.37448	2.63950	3.19663
80	0.67757	1.29222	1.66412	1.99006	2.37387	2.63869	3.19526



Pr	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
df	0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
81	0.67753	1.29209	1.66388	1.98969	2.37327	2.63790	3.19392
82	0.67749	1.29196	1.66365	1.98932	2.37269	2.63712	3.19262
83	0.67746	1.29183	1.66342	1.98896	2.37212	2.63637	3.19135
84	0.67742	1.29171	1.66320	1.98861	2.37156	2.63563	3.19011
85	0.67739	1.29159	1.66298	1.98827	2.37102	2.63491	3.18890
86	0.67735	1.29147	1.66277	1.98793	2.37049	2.63421	3.18772
87	0.67732	1.29136	1.66256	1.98761	2.36998	2.63353	3.18657
88	0.67729	1.29125	1.66235	1.98729	2.36947	2.63286	3.18544
89	0.67726	1.29114	1.66216	1.98698	2.36898	2.63220	3.18434
90	0.67723	1.29103	1.66196	1.98667	2.36850	2.63157	3.18327
91	0.67720	1.29092	1.66177	1.98638	2.36803	2.63094	3.18222
92	0.67717	1.29082	1.66159	1.98609	2.36757	2.63033	3.18119
93	0.67714	1.29072	1.66140	1.98580	2.36712	2.62973	3.18019
94	0.67711	1.29062	1.66123	1.98552	2.36667	2.62915	3.17921
95	0.67708	1.29053	1.66105	1.98525	2.36624	2.62858	3.17825
96	0.67705	1.29043	1.66088	1.98498	2.36582	2.62802	3.17731
97	0.67703	1.29034	1.66071	1.98472	2.36541	2.62747	3.17639
98	0.67700	1.29025	1.66055	1.98447	2.36500	2.62693	3.17549
99	0.67698	1.29016	1.66039	1.98422	2.36461	2.62641	3.17460
100	0.67695	1.29007	1.66023	1.98397	2.36422	2.62589	3.17374
101	0.67693	1.28999	1.66008	1.98373	2.36384	2.62539	3.17289
102	0.67690	1.28991	1.65993	1.98350	2.36346	2.62489	3.17206
103	0.67688	1.28982	1.65978	1.98326	2.36310	2.62441	3.17125
104	0.67686	1.28974	1.65964	1.98304	2.36274	2.62393	3.17045
105	0.67683	1.28967	1.65950	1.98282	2.36239	2.62347	3.16967
106	0.67681	1.28959	1.65936	1.98260	2.36204	2.62301	3.16890
107	0.67679	1.28951	1.65922	1.98238	2.36170	2.62256	3.16815
108	0.67677	1.28944	1.65909	1.98217	2.36137	2.62212	3.16741
109	0.67675	1.28937	1.65895	1.98197	2.36105	2.62169	3.16669
110	0.67673	1.28930	1.65882	1.98177	2.36073	2.62126	3.16598
111	0.67671	1.28922	1.65870	1.98157	2.36041	2.62085	3.16528
112	0.67669	1.28916	1.65857	1.98137	2.36010	2.62044	3.16460
113	0.67667	1.28909	1.65845	1.98118	2.35980	2.62004	3.16392
114	0.67665	1.28902	1.65833	1.98099	2.35950	2.61964	3.16326
115	0.67663	1.28896	1.65821	1.98081	2.35921	2.61926	3.16262
116	0.67661	1.28889	1.65810	1.98063	2.35892	2.61888	3.16198
117	0.67659	1.28883	1.65798	1.98045	2.35864	2.61850	3.16135
118	0.67657	1.28877	1.65787	1.98027	2.35837	2.61814	3.16074
119	0.67656	1.28871	1.65776	1.98010	2.35809	2.61778	3.16013
120	0.67654	1.28865	1.65765	1.97993	2.35782	2.61742	3.15954

Distribusi Nilai F_{tabel} Untuk Probabilitas 0,05

df untuk penyebut (N2)	Df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
1	161	199	216	225	230	234	237	239	241	242	243	244	245	245	246
2	18.51	19.00	19.16	19.25	19.30	19.33	19.35	19.37	19.38	19.40	19.40	19.41	19.42	19.42	19.43
3	10.13	9.55	9.28	9.12	9.01	8.94	8.89	8.85	8.81	8.79	8.76	8.74	8.73	8.71	8.70
4	7.71	6.94	6.59	6.39	6.26	6.16	6.09	6.04	6.00	5.96	5.94	5.91	5.89	5.87	5.86
5	6.61	5.79	5.41	5.19	5.05	4.95	4.88	4.82	4.77	4.74	4.70	4.68	4.66	4.64	4.62
6	5.99	5.14	4.76	4.53	4.39	4.28	4.21	4.15	4.10	4.06	4.03	4.00	3.98	3.96	3.94
7	5.59	4.74	4.35	4.12	3.97	3.87	3.79	3.73	3.68	3.64	3.60	3.57	3.55	3.53	3.51
8	5.32	4.46	4.07	3.84	3.69	3.58	3.50	3.44	3.39	3.35	3.31	3.28	3.26	3.24	3.22
9	5.12	4.26	3.86	3.63	3.48	3.37	3.29	3.23	3.18	3.14	3.10	3.07	3.05	3.03	3.01
10	4.96	4.10	3.71	3.48	3.33	3.22	3.14	3.07	3.02	2.98	2.94	2.91	2.89	2.86	2.85
11	4.84	3.98	3.59	3.36	3.20	3.09	3.01	2.95	2.90	2.85	2.82	2.79	2.76	2.74	2.72
12	4.75	3.89	3.49	3.26	3.11	3.00	2.91	2.85	2.80	2.75	2.72	2.69	2.66	2.64	2.62
13	4.67	3.81	3.41	3.18	3.03	2.92	2.83	2.77	2.71	2.67	2.63	2.60	2.58	2.55	2.53
14	4.60	3.74	3.34	3.11	2.96	2.85	2.76	2.70	2.65	2.60	2.57	2.53	2.51	2.48	2.46
15	4.54	3.68	3.29	3.06	2.90	2.79	2.71	2.64	2.59	2.54	2.51	2.48	2.45	2.42	2.40
16	4.49	3.63	3.24	3.01	2.85	2.74	2.66	2.59	2.54	2.49	2.46	2.42	2.40	2.37	2.35
17	4.45	3.59	3.20	2.96	2.81	2.70	2.61	2.55	2.49	2.45	2.41	2.38	2.35	2.33	2.31
18	4.41	3.55	3.16	2.93	2.77	2.66	2.58	2.51	2.46	2.41	2.37	2.34	2.31	2.29	2.27
19	4.38	3.52	3.13	2.90	2.74	2.63	2.54	2.48	2.42	2.38	2.34	2.31	2.28	2.26	2.23
20	4.35	3.49	3.10	2.87	2.71	2.60	2.51	2.45	2.39	2.35	2.31	2.28	2.25	2.22	2.20
21	4.32	3.47	3.07	2.84	2.68	2.57	2.49	2.42	2.37	2.32	2.28	2.25	2.22	2.20	2.18
22	4.30	3.44	3.05	2.82	2.66	2.55	2.46	2.40	2.34	2.30	2.26	2.23	2.20	2.17	2.15
23	4.28	3.42	3.03	2.80	2.64	2.53	2.44	2.37	2.32	2.27	2.24	2.20	2.18	2.15	2.13
24	4.26	3.40	3.01	2.78	2.62	2.51	2.42	2.36	2.30	2.25	2.22	2.18	2.15	2.13	2.11
25	4.24	3.39	2.99	2.76	2.60	2.49	2.40	2.34	2.28	2.24	2.20	2.16	2.14	2.11	2.09
26	4.23	3.37	2.98	2.74	2.59	2.47	2.39	2.32	2.27	2.22	2.18	2.15	2.12	2.09	2.07
27	4.21	3.35	2.96	2.73	2.57	2.46	2.37	2.31	2.25	2.20	2.17	2.13	2.10	2.08	2.06
28	4.20	3.34	2.95	2.71	2.56	2.45	2.36	2.29	2.24	2.19	2.15	2.12	2.09	2.06	2.04
29	4.18	3.33	2.93	2.70	2.55	2.43	2.35	2.28	2.22	2.18	2.14	2.10	2.08	2.05	2.03
30	4.17	3.32	2.92	2.69	2.53	2.42	2.33	2.27	2.21	2.16	2.13	2.09	2.06	2.04	2.01
31	4.16	3.30	2.91	2.68	2.52	2.41	2.32	2.25	2.20	2.15	2.11	2.08	2.05	2.03	2.00
32	4.15	3.29	2.90	2.67	2.51	2.40	2.31	2.24	2.19	2.14	2.10	2.07	2.04	2.01	1.99
33	4.14	3.28	2.89	2.66	2.50	2.39	2.30	2.23	2.18	2.13	2.09	2.06	2.03	2.00	1.98
34	4.13	3.28	2.88	2.65	2.49	2.38	2.29	2.23	2.17	2.12	2.08	2.05	2.02	1.99	1.97
35	4.12	3.27	2.87	2.64	2.49	2.37	2.29	2.22	2.16	2.11	2.07	2.04	2.01	1.99	1.96
36	4.11	3.26	2.87	2.63	2.48	2.36	2.28	2.21	2.15	2.11	2.07	2.03	2.00	1.98	1.95
37	4.11	3.25	2.86	2.63	2.47	2.36	2.27	2.20	2.14	2.10	2.06	2.02	2.00	1.97	1.95
38	4.10	3.24	2.85	2.62	2.46	2.35	2.26	2.19	2.14	2.09	2.05	2.02	1.99	1.96	1.94
39	4.09	3.24	2.85	2.61	2.46	2.34	2.26	2.19	2.13	2.08	2.04	2.01	1.98	1.95	1.93
40	4.08	3.23	2.84	2.61	2.45	2.34	2.25	2.18	2.12	2.08	2.04	2.00	1.97	1.95	1.92
41	4.08	3.23	2.83	2.60	2.44	2.33	2.24	2.17	2.12	2.07	2.03	2.00	1.97	1.94	1.92
42	4.07	3.22	2.83	2.59	2.44	2.32	2.24	2.17	2.11	2.06	2.03	1.99	1.96	1.94	1.91
43	4.07	3.21	2.82	2.59	2.43	2.32	2.23	2.16	2.11	2.06	2.02	1.99	1.96	1.93	1.91
44	4.06	3.21	2.82	2.58	2.43	2.31	2.23	2.16	2.10	2.05	2.01	1.98	1.95	1.92	1.90



dfuntuk penyebut (N2)	Dfuntukpembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
46	4.05	3.20	2.81	2.57	2.42	2.30	2.22	2.15	2.09	2.04	2.00	1.97	1.94	1.91	1.89
47	4.05	3.20	2.80	2.57	2.41	2.30	2.21	2.14	2.09	2.04	2.00	1.96	1.93	1.91	1.88
48	4.04	3.19	2.80	2.57	2.41	2.29	2.21	2.14	2.08	2.03	1.99	1.96	1.93	1.90	1.88
49	4.04	3.19	2.79	2.56	2.40	2.29	2.20	2.13	2.08	2.03	1.99	1.96	1.93	1.90	1.88
50	4.03	3.18	2.79	2.56	2.40	2.29	2.20	2.13	2.07	2.03	1.99	1.95	1.92	1.89	1.87
51	4.03	3.18	2.79	2.55	2.40	2.28	2.20	2.13	2.07	2.02	1.98	1.95	1.92	1.89	1.87
52	4.03	3.18	2.78	2.55	2.39	2.28	2.19	2.12	2.07	2.02	1.98	1.94	1.91	1.89	1.86
53	4.02	3.17	2.78	2.55	2.39	2.28	2.19	2.12	2.06	2.01	1.97	1.94	1.91	1.88	1.86
54	4.02	3.17	2.78	2.54	2.39	2.27	2.18	2.12	2.06	2.01	1.97	1.94	1.91	1.88	1.86
55	4.02	3.16	2.77	2.54	2.38	2.27	2.18	2.11	2.06	2.01	1.97	1.93	1.90	1.88	1.85
56	4.01	3.16	2.77	2.54	2.38	2.27	2.18	2.11	2.05	2.00	1.96	1.93	1.90	1.87	1.85
57	4.01	3.16	2.77	2.53	2.38	2.26	2.18	2.11	2.05	2.00	1.96	1.93	1.90	1.87	1.85
58	4.01	3.16	2.76	2.53	2.37	2.26	2.17	2.10	2.05	2.00	1.96	1.92	1.89	1.87	1.84
59	4.00	3.15	2.76	2.53	2.37	2.26	2.17	2.10	2.04	2.00	1.96	1.92	1.89	1.86	1.84
60	4.00	3.15	2.76	2.53	2.37	2.25	2.17	2.10	2.04	1.99	1.95	1.92	1.89	1.86	1.84
61	4.00	3.15	2.76	2.52	2.37	2.25	2.16	2.09	2.04	1.99	1.95	1.91	1.88	1.86	1.83
62	4.00	3.15	2.75	2.52	2.36	2.25	2.16	2.09	2.03	1.99	1.95	1.91	1.88	1.85	1.83
63	3.99	3.14	2.75	2.52	2.36	2.25	2.16	2.09	2.03	1.98	1.94	1.91	1.88	1.85	1.83
64	3.99	3.14	2.75	2.52	2.36	2.24	2.16	2.09	2.03	1.98	1.94	1.91	1.88	1.85	1.83
65	3.99	3.14	2.75	2.51	2.36	2.24	2.15	2.08	2.03	1.98	1.94	1.90	1.87	1.85	1.82
66	3.99	3.14	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.03	1.98	1.94	1.90	1.87	1.84	1.82
67	3.98	3.13	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.02	1.98	1.93	1.90	1.87	1.84	1.82
68	3.98	3.13	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.02	1.97	1.93	1.90	1.87	1.84	1.82
69	3.98	3.13	2.74	2.50	2.35	2.23	2.15	2.08	2.02	1.97	1.93	1.90	1.86	1.84	1.81
70	3.98	3.13	2.74	2.50	2.35	2.23	2.14	2.07	2.02	1.97	1.93	1.89	1.86	1.84	1.81
71	3.98	3.13	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.97	1.93	1.89	1.86	1.83	1.81
72	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.86	1.83	1.81
73	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.86	1.83	1.81
74	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.22	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.85	1.83	1.80
75	3.97	3.12	2.73	2.49	2.34	2.22	2.13	2.06	2.01	1.96	1.92	1.88	1.85	1.83	1.80
76	3.97	3.12	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.01	1.96	1.92	1.88	1.85	1.82	1.80
77	3.97	3.12	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.96	1.92	1.88	1.85	1.82	1.80
78	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.85	1.82	1.80
79	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.85	1.82	1.79
80	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.21	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.84	1.82	1.79
81	3.96	3.11	2.72	2.48	2.33	2.21	2.12	2.05	2.00	1.95	1.91	1.87	1.84	1.82	1.79
82	3.96	3.11	2.72	2.48	2.33	2.21	2.12	2.05	2.00	1.95	1.91	1.87	1.84	1.81	1.79
83	3.96	3.11	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.95	1.91	1.87	1.84	1.81	1.79
84	3.95	3.11	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.95	1.90	1.87	1.84	1.81	1.79
85	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.84	1.81	1.79
86	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.84	1.81	1.78
87	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.20	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.83	1.81	1.78
88	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.20	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.86	1.83	1.81	1.78
89	3.95	3.10	2.71	2.47	2.32	2.20	2.11	2.04	1.99	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78
90	3.95	3.10	2.71	2.47	2.32	2.20	2.11	2.04	1.99	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78



dfuntuk penyebut (N2)	Dfuntukpembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
91	3.95	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78
92	3.94	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78
93	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78
94	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.77
95	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.82	1.80	1.77
96	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.80	1.77
97	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.80	1.77
98	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
99	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
100	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
101	3.94	3.09	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93	1.88	1.85	1.82	1.79	1.77
102	3.93	3.09	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.77
103	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.76
104	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.76
105	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.81	1.79	1.76
106	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.79	1.76
107	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.18	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.79	1.76
108	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.18	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
109	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
110	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
111	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
112	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.96	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
113	3.93	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.92	1.87	1.84	1.81	1.78	1.76
114	3.92	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
115	3.92	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
116	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
117	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.80	1.78	1.75
118	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.80	1.78	1.75
119	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.78	1.75
120	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.78	1.75
121	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
122	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
123	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
124	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
125	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
126	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
127	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.86	1.83	1.80	1.77	1.75
128	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.86	1.83	1.80	1.77	1.75
129	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74
130	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74
131	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74
132	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.79	1.77	1.74
133	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.79	1.77	1.74
134	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.79	1.77	1.74
135	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.77	1.74

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. IDENTITAS PRIBADI

Nama Lengkap : Ade Elinda Fitriana Dewi
Tempat, Tanggal Lahir : Pekalongan, 30 Juni 1995
Alamat : Dk. Glagah Lembut RT.01/RW.01
No.35, Ds. Kalimade, Kec. Kesesi, Kab.
Pekalongan

Riwayat Pendidikan

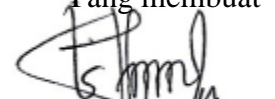
TK BUSTANUL ATHFAL	Lulus tahun 2001
SD N 02 SRINAHAN	Lulus tahun 2007
SMP N 1 KESESI	Lulus tahun 2010
SMA N 1 KAJEN	Lulus tahun 2013
IAIN PEKALONGAN	Lulus tahun 2018

B. BIODATA ORANG TUA

1. Ayah Kandung
Nama Lengkap : Abdul Malik (Alm.)
Pekerjaan : Wiraswasta
Agama : Islam
Alamat : Dk. Glagah Lembut RT.01/RW.01
No.35, Ds. Kalimade, Kec. Kesesi,
Kab. Pekalongan
2. Ibu Kandung
Nama Lengkap : Titik Purnami
Pekerjaan : Pedagang
Agama : Islam
Alamat : Dk. Glagah Lembut RT.01/RW.01
No.35, Ds. Kalimade, Kec. Kesesi,
Kab. Pekalongan

Demikian daftar riwayat hidup ini penulis buat dengan sebenarnya-benarnya.

Pekalongan, 04 Desember 2018
Yang membuat


Ade Elinda F.D
2013114222



KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PEKALONGAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Alamat: Jl. Pahlawan No. 52 Kajen Kabupaten Pekalongan
Website: www.febi.iainpekalongan.ac.id Email: febi@iainpekalongan.ac.id

Nomor : 939/In.30/M.6/PP.00.9/11/2018
Lamp : -
Hal : Permohonan Izin Penelitian

01 November 2018

Kepada Yth,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Pekalongan
di-
Tempat

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Diberitahukan dengan hormat bahwa mahasiswa:

Nama : Ade Elinda F.D

NIM : 2013114222

adalah mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Pekalongan. Mahasiswa sebagaimana tersebut diatas akan melakukan penelitian di lembaga/wilayah yang Bapak/Ibu Pimpin guna keperluan menyusun skripsi dengan judul: "Pengaruh Faktor Gaya Hidup, Harga Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Kerudung Miulan (Studi Kasus Mahasiswi Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Pekalongan)".

Sehubungan dengan hal tersebut, dimohon bantuan Bapak/Ibu mengizinkan mahasiswa yang bersangkutan mengadakan riset guna penelitian skripsi tersebut.

Demikian atas kebijaksanaan, izin dan bantuan Bapak/Ibu, kami sampaikan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

A.n Dekan
Ketua Jurusan Ekonomi Syariah



Agus Fakhрина, M.S.I.
NIP. 197701232003121001

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PEKALONGAN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Alamat : Jl. Pahlawan No. 52 Kajen Kabupaten Pekalongan
Website : <http://febi.iainpekalongan.ac.id/> Email : febi@iainpekalongan.ac.id

SURAT KETERANGAN

Nomor : 960/In.30/TU.IV.2/PP.00.9/11/2018

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : M. Hamdi, M.H.
NIP : 196904142002121005
Jabatan : Kasubbag. Akademik Kemahasiswaan dan Alumni Fakultas Ekonomi dan
Bisnis Islam IAIN Pekalongan

Menerangkan bahwa :

Nama : Ade Elinda F.D
NIM : 2013114222
Jurusan : Ekonomi Syariah

Telah Melaksanakan Penelitian pada tanggal 26 September 2018 sampai dengan tanggal 10 Oktober 2018.

Demikian keterangan ini dibuat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Pekalongan, 06 November 2018

A.n Dekan

Kabag TU

U.s Kasubbag Administrasi dan Kemahasiswaan



M. Hamdi, M.H.

NIP. 196904142002121005



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PEKALONGAN
UNIT PERPUSTAKAAN

Jl. Kusuma bangsa No.9 Pekalongan. Telp. (0285) 412575 Faks (0285) 423418
Website : perpustakaan iain-pekalongan.ac.id | Email : perpustakaan@iain pekalongan. ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika IAIN Pekalongan, yang bertanda tangan dibawah ini, saya:

Nama : **ADE ELINDA FITRIANA DEWI**
NIM : **2013114222**
Jurusan/Prodi : **EKONOMI SYARIAH**

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada
Perpustakaan IAIN Pekalongan, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

Tugas Akhir Skripsi Tesis Desertasi Lain-lain (.....)

**“PENGARUH FAKTOR GAYA HIDUP, HARGA DAN CITRA MEREK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN KERUDUNG MIULAN
(Studi Kasus Mahasiswi Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Pekalongan)”**

beserta perangkat yang di perlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksekutif ini
Perpustakaan IAIN Pekalongan berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan,
mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan
menampilkan/mempublikasikannya lewat internet atau media lain secara **fulltext** untuk
kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama
saya sebagai penulis/pencipta atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan IAIN
Pekalongan, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam
karya ilmiah saya ini

Dengan demikian ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Pekalongan, Januari 2019



ADE ELINDA FITRIANA DEWI
NIM. 2013114222

NB: Harap diisi, ditempel meterai dan ditandatangani
Kemudian diformat pdf dan dimasukkan dalam cd.

