

Daftar Isi

Lembar Persetujuan	ii
Lembar Pengesahan	iii
Lembar Pernyataan Bebas Plagiarism	iv
Lembar Persembahan	v
Abstrak	vi
Kata Pengantar	vii
Daftar Isi	ix
Daftar Tabel	xi
Daftar Gambar	xiii
Daftar Lampiran	xiv
Bab I Pendahuluan	1
Latar Belakang Masalah	1
Rumusan Masalah	8
Tujuan Penelitian	9
Kegunaan Penelitian	9



Bab II Tinjauan Pustaka	10
Minat Beli	10
Pengertian Minat Beli	10
Dimensi Minat Beli	10
Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli	11
Karakteristik Minat Beli	12
Model Minat Beli Konsumen	13
Minat Beli Dalam Perspektif Islam	14
Persepsi <i>Celebrity Endorsement</i>	15
Pengertian Persepsi <i>Celebrity Endorsement</i>	15
Dimensi Persepsi <i>Celebrity Endorsement</i>	15
Proses <i>Meaning Transfer</i>	16
Persepsi <i>Celebrity Endorsement</i> Dalam Perspektif Islam	17
<i>Self Image Congruity</i>	19
Pengertian <i>Self Image Congruity</i>	19
Dimensi <i>Self Image Congruity</i>	20
Proses <i>Self Image Congruity</i>	21

<i>Self Image Congruity</i> Dalam Perspektif Islam	22
Kerangka Berpikir	23
Hipotesis	26
Bab III Metodologi Penelitian	27
Metode Penelitian	27
Variabel Penelitian	27
Subjek Penelitian	29
Teknik Pengambilan Data	31
Teknik Analisis Data	39
Bab IV Hasil dan Pembahasan	42
Hasil Penelitian	42
Pembahasan	50
Bab V Simpulan dan Saran	57
Simpulan	57
Saran	57
Daftar Pustaka	59
Lampiran	63

