

Daftar Isi

Lembar Persetujuan	ii
Lembar Pernyataan Bebas Plagiarisme.....	iv
Lembar Persembahan.....	v
Abstrak.....	vi
Kata Pengantar.....	vii
Daftar Isi	xiv
Daftar Gambar	xv
Daftar Lampiran.....	xvi
Bab I Pendahuluan	1
Latar Belakang Masalah	1
Rumusan Masalah.....	7
Tujuan Penelitian	7
Kegunaan Penelitian	8
Kegunaan Teoritis.....	8
Kegunaan Praktis.....	8
Bab II Tinjauan Teoritis.....	9
<i>Peer Group</i>	9
Pengertian <i>Peer Group</i>	9
Fungsi <i>Peer Group</i>	10
Peran <i>Peer Group</i>	11
<i>Peer Group</i> dalam Perspektif Islam.....	12
Pemasaran	13
Kegiatan Inti Pemasaran.....	13
<i>Celebrity Endorsement</i>	14
Pengertian <i>Celebrity Endorsement</i>	14
Aspek-aspek <i>Celebrity Endorser</i>	17

Indikator <i>Celebrity Endorser</i>	18
Dimensi <i>Celebrity Endorsement</i>	19
<i>Celebrity Endorsement</i> di Instagram.....	20
Perniagaan dalam Perspektif Islam.....	24
Minat beli.....	24
Pengertian Minat Beli.....	24
Model Minat Beli.....	25
Proses Pengambilan Keputusan Konsumen.....	26
Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen.....	28
Minat Beli dalam Perspektif Islam.....	30
Kerangka Pemikiran.....	30
Hipotesis.....	34
Bab III Metode Penelitian.....	33
Rancangan penelitian.....	33
Variabel penelitian.....	33
Variabel prediktif (X1) <i>peer group</i>	33
Variabel prediktif (X2) <i>celebrity endorsement</i>	34
Variabel kriteria (Y) minat beli.....	35
Subjek penelitian.....	35
Karakteristik subjek penelitian.....	35
Sampel.....	35
Teknik pengumpulan data.....	36
Skala <i>peer group</i>	37
Skala <i>celebrity endorsement</i>	38
Skala minat beli.....	40
Teknik pengujian instrumen.....	40
Analisis item.....	40

Uji validitas.....	42
Uji reliabilitas.....	44
Hipotesis statistik.....	45
Teknik analisis data.....	46
Uji normalitas.....	46
Uji multikolinieritas.....	47
Uji heterokedastisitas.....	47
Autokorelasi.....	47
Regresi berganda.....	47
Uji koefisien determinasi (R^2).....	48
Uji signifikansi simultan (Uji-F).....	48
Uji koefisien regresi parsial (Uji-t).....	48
Model persamaan regresi.....	49
Analisis deskriptif.....	49
Prosedur penelitian.....	49
Bab IV Hasil dan Pembahasan.....	51
Hasil Penelitian.....	51
Gambaran <i>peer group</i> dan <i>celebrity endorsement</i> terhadap minat beli.....	52
Pengaruh <i>peer group</i> dan <i>celebrity endorsement</i> terhadap minat beli.....	53
Uji asumsi klasik.....	53
Uji simultan (Uji-F).....	54
Koefisien determinasi (R^2).....	55
Uji parsial (Uji-t).....	55
Model persamaan regresi.....	58
Pembahasan.....	59
Bab V Simpulan dan Saran.....	65
Simpulan.....	65

Saran	66
Referensi	68