

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN.....	i
ABSTRAK	ii
ABSTRACT.....	iii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	12
C. Tujuan Penelitian	12
D. Kegunaan Penelitian	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	14
A. Landasan Teori.....	14
1. Teori Perilaku Konsumen.....	14
2. Minat Pembelian	18
3. <i>Perceived Value</i>	27
4. <i>Experiential Marketing</i>	32
5. <i>Halal Lifestyle</i>	40
6. Generasi Z	45
B. Penelitian Terdahulu	50
C. Kerangka Pemikiran.....	54
D. Hipotesis	58
BAB III METODE PENELITIAN.....	60
A. Metode Penelitian	60
B. Operasional Variabel	61
C. Populasi dan Sampel	63
D. Teknik Pengumpulan Data.....	65

E. Instrumen Penelitian	66
F. Teknis Analisis Data dan Uji Hipotesis	69
G. Tempat dan Waktu Penelitian	74
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	74
A. Industri Fashion Muslim Lokal Kota Tasikmalaya.....	75
B. Karakteristik Responden	80
C. Hasil Penelitian	86
D. Pembahasan Hasil Penelitian	98
BAB V PENUTUP.....	113
A. Simpulan	113
B. Saran	113
DAFTAR PUSTAKA	116
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	124

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Preferensi Jenis Produk: Lokal vs. Impor	5
Gambar 1. 2 Persepsi Nilai dan Perilaku Konsumen	6
Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran	58
Gambar 4. 1 Jumlah Unit Usaha Industri Kota Tasikmalaya	75
Gambar 4. 2 Hasil Output Model Penelitian SEM-PLS	95
Gambar 4. 3 Output Uji Bootstrapping	96

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Daftar Brand Fashion Muslim Lokal Kota Tasikmalaya di Marketplace Shopee	3
Tabel 2. 1 Proses Pengambilan Keputusan Pembelian Konsumen	17
Tabel 2. 2 Penelitian Terdahulu	50
Tabel 3. 1 Operasional Variabel.....	63
Tabel 3. 2 Kisi-kisi Instrumen.....	67
Tabel 3. 3 Skala Likert	69
Tabel 3. 4 Jadwal Penelitian.....	74
Tabel 4. 1 Brand Fashion Muslim Lokal Kota Tasikmalaya	78
Tabel 4. 2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	81
Tabel 4. 3 Responden Berdasarkan Usia.....	81
Tabel 4. 4 Responden Berdasarkan Domisili	83
Tabel 4. 5 Responden Berdasarkan Pekerjaan	84
Tabel 4. 6 Responden Berdasarkan Pernah Melakukan Pembelian Produk Fashion Muslim	84
Tabel 4. 7 Responden Produk Fashion Muslim Lokal	85
Tabel 4. 8 Nilai Outer Loading Sebelum Outlier	88
Tabel 4. 9 Nilai Outer Loading Sesudah Outlier.....	89
Tabel 4. 10 Nilai Average Variance Extracted (AVE)	89
Tabel 4. 11 Fornell Lacker Criterion.....	91
Tabel 4. 12 Nilai Cross Loading	91
Tabel 4. 13 Uji Reliabilitas Data.....	92
Tabel 4. 14 Uji R-Square (R ²)	93
Tabel 4. 15 Nilai Uji F-Square	94
Tabel 4. 16 Hasil Path Coefficients.....	97