

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN SKRIPSI	i
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
ABSTRACT	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
1.5 Sistematika Penulisan.....	10
BAB II TELAAH PUSTAKA	12
2.1 Landasan Teori	12
2.1.1 Perilaku Konsumen	12
2.1.2 Perilaku Konsumen dalam Islam	14
2.1.3 Keputusan Pembelian.....	16
2.1.4 Kesadaran Halal	21
2.1.5 Citra Merek	23
2.1.6 Kualitas Produk.....	25
2.1.7 Kesan Harga	27
2.2 Hubungan Antar Variabel	28
2.2.1 Hubungan Kesadaran Halal terhadap Keputusan Pembelian.....	28
2.2.2 Hubungan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian	29
2.2.3 Hubungan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian	30
2.2.4 Hubungan Kesan Harga terhadap Keputusan Pembelian.....	30
2.3 Penelitian Terdahulu.....	31

2.4	Kerangka Pemikiran	37
2.5	Hipotesis Penelitian	38
BAB III METODE PENELITIAN.....		39
3.1	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	39
3.1.1	Variabel Penelitian	39
3.1.2	Definisi Operasional.....	39
3.2	Populasi dan Sampel	41
3.2.1	Populasi.....	41
3.2.2	Sampel.....	41
3.3	Jenis dan Sumber Data	43
3.3.1	Data Primer	43
3.3.2	Data Sekunder	43
3.4	Metode Pengumpulan Data	43
3.5	Metode Analisis Data	45
3.5.1	Analisis Deskriptif	45
3.5.2	Uji Instrumen Data.....	46
3.5.2.1	Uji Validitas	46
3.5.2.2	Uji Reliabilitas.....	47
3.5.3	Uji Asumsi Klasik.....	47
3.5.3.1	Uji Normalitas	47
3.5.3.2	Uji Multikolinearitas	48
3.5.3.3	Uji Heteroskedastisitas	48
3.5.4	Analisis Regresi Linier Berganda	49
3.5.5	Uji <i>Goodness of Fit</i>	50
3.5.5.1	Uji Signifikansi Parameter Individual atau Parsial (Uji Statistik t) 50	
3.5.5.2	Uji Signifikan Parameter Keseluruhan atau Simultan (Uji Statistik F) 50	
3.5.5.3	Uji Koefisien Determinasi (R^2)	51
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		52
4.1	Deskripsi Objek Penelitian	52
4.1.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	52
4.2	Gambaran Umum Responden.....	52
4.2.1	Gambaran Umum Responden Berdasarkan Kecamatan Tempat Tinggal 53	

4.2.2	Gambaran Umum Responden Berdasarkan Usia.....	54
4.2.3	Gambaran Umum Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan....	55
4.2.4	Gambaran Umum Responden Berdasarkan Pekerjaan	55
4.2.5	Gambaran Umum Responden Berdasarkan Pendapatan.....	56
4.2.6	Gambaran Umum Responden Berdasarkan Pengeluaran untuk Kosmetik Halal	57
4.2.7	Gambaran Umum Responden Berdasarkan Merek Kosmetik Halal	58
4.3	Metode Analisis Data	58
4.3.1	Analisis Deskriptif	58
4.3.1.1	Deskripsi Variabel Kesadaran Halal (X_1)	59
4.3.1.2	Deskripsi Variabel Citra Merek (X_2).....	60
4.3.1.3	Deskripsi Variabel Kualitas Produk (X_3).....	60
4.3.1.4	Deskripsi Variabel Kesan Harga (X_4)	61
4.3.1.5	Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian (Y)	61
4.3.2	Uji Instrumen Data.....	62
4.3.2.1	Uji Validitas	62
4.3.2.2	Uji Realibilitas.....	63
4.3.3	Uji Asumsi Klasik.....	64
4.3.3.1	Uji Normalitas	64
4.3.3.2	Uji Multikolinearitas	67
4.3.3.3	Uji Heteroskedastisitas	68
4.3.4	Analisis Regresi Linier Berganda	69
4.3.5	Uji <i>Goodness of Fit</i>	71
4.3.5.1	Uji Signifikansi Parameter Individual atau Parsial (Uji Statistik t)	71
4.3.5.2	Uji Signifikansi Keseluruhan atau Simultan (Uji Statistik F)	73
4.3.5.3	Uji Koefisien Determinasi (R^2)	74
4.4	Pembahasan	75
BAB V PENUTUP.....		81
5.1	Kesimpulan.....	81
5.2	Keterbatasan Penelitian	82
5.3	Saran.....	82
DAFTAR PUSTAKA		85

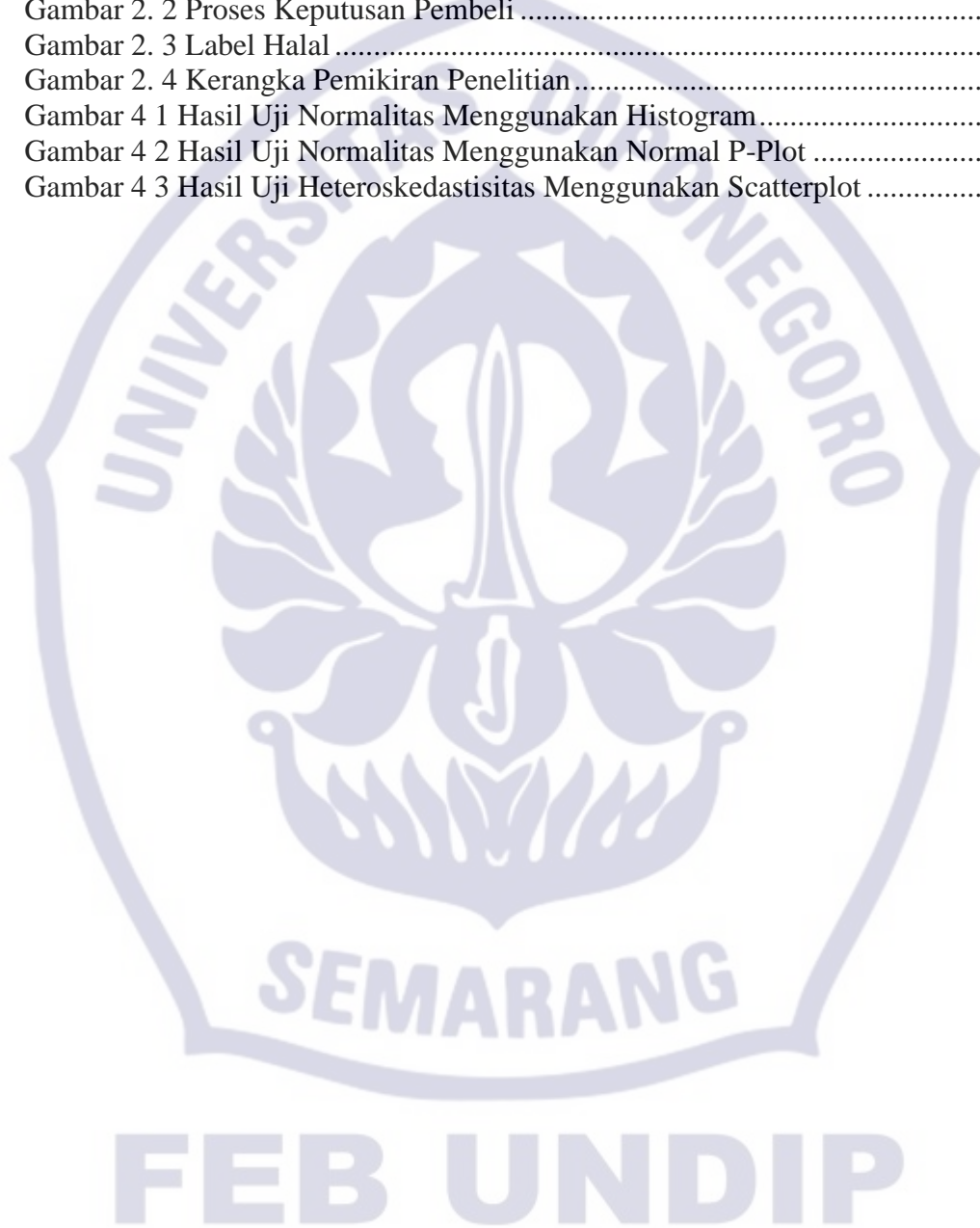
DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Lima Negara dengan Nilai GIEI Terbesar dan Nilai di Sektor Farmasi dan Kosmetik Tahun 2020/2021	3
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	32
Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel.....	39
Tabel 3. 2 Model Skala Likert.....	44
Tabel 4. 1 Kecamatan Tempat Tinggal Responden	53
Tabel 4. 2 Usia Responden.....	54
Tabel 4. 3 Tingkat Pendidikan Responden	55
Tabel 4. 4 Pekerjaan Responden	56
Tabel 4. 5 Pendapatan Responden	56
Tabel 4. 6 Pengeluaran Kosmetik Responden.....	57
Tabel 4. 7 Merek Kosmetik Halal Responden	58
Tabel 4. 8 Tanggapan Responden terhadap Kesadaran Halal.....	59
Tabel 4. 9 Tanggapan Responden terhadap Citra Merek.....	60
Tabel 4. 10 Tanggapan Responden terhadap Kualitas Produk	60
Tabel 4. 11 Tanggapan Responden terhadap Kesan Harga.....	61
Tabel 4. 12 Tanggapan Responden terhadap Keputusan Pembelian	62
Tabel 4. 13 Hasil Uji Validitas.....	62
Tabel 4. 14 Hasil Uji Realibilitas	63
Tabel 4. 15 Hasil Uji Normalitas Menggunakan Kolmogorov Smirnov	66
Tabel 4. 16 Hasil Uji Multikolinearitas.....	67
Tabel 4. 17 Hasil Uji Heteroskedastisitas Menggunakan Uji Glejser.....	69
Tabel 4. 18 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	70
Tabel 4. 19 Hasil Uji Statistik t.....	72
Tabel 4. 20 Hasil Uji Statistik F ANOVA	74
Tabel 4. 21 Hasil Uji Koefisien Determinasi	74



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Model Perilaku Konsumen.....	13
Gambar 2. 2 Proses Keputusan Pembeli	20
Gambar 2. 3 Label Halal	23
Gambar 2. 4 Kerangka Pemikiran Penelitian	38
Gambar 4 1 Hasil Uji Normalitas Menggunakan Histogram.....	65
Gambar 4 2 Hasil Uji Normalitas Menggunakan Normal P-Plot	66
Gambar 4 3 Hasil Uji Heteroskedastisitas Menggunakan Scatterplot	68



DAFTAR LAMPIRAN

lampiran A Kuesioner Penelitian	90
Lampiran B Data Responden	97
Lampiran C Tabulasi Data	102
Lampiran D Hasil Olah Data Spss	110

