

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN SKRIPSI.....	i
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK	x
<i>ABSTRACT</i>	xi
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian	12
1.3.1 Tujuan Penelitian	12
1.3.2 Kegunaan Penelitian	12
1.4 Sistematika Penulisan	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	15
2.1 Landasan Teori.....	15
2.1.1 Teori Perilaku Konsumen	15
2.1.2 Perilaku Konsumen menurut Perspektif Ekonomi Islam	16
2.1.3 Produk Kosmetik Halal.....	17
2.1.4 Merek	20
2.1.5 Kualitas Produk.....	21
2.1.6 Labelisasi Halal.....	23
2.1.7 <i>Brand Ambassador</i>	26
2.1.8 <i>Digital Selling</i>	27
2.1.9 Minat Beli	29
2.2 Penelitian Terdahulu	30
2.3 Keterkaitan Antar Variabel	43

2.3.1 Pengaruh Merek terhadap Minat Beli	43
2.3.2 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Minat Beli	44
2.3.3 Pengaruh Labelisasi Halal terhadap Minat Beli	45
2.3.4 Pengaruh <i>Brand Ambassador</i> terhadap Minat Beli	45
2.3.5 Pengaruh <i>Digital Selling</i> terhadap Minat Beli	46
2.4 Kerangka Pemikiran.....	47
2.5 Hipotesis	49
BAB III METODE PENELITIAN	50
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel	50
3.1.1 Variabel Penelitian.....	50
3.1.2 Definisi Operasional Variabel.....	51
3.2 Populasi dan Sampel	53
3.2.1 Populasi.....	53
3.2.2 Sampel.....	53
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	55
3.3.1 Data Primer	55
3.3.2 Data Sekunder.....	56
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	56
3.5 Metode Analisis	57
3.5.1 Uji Instrumen Data.....	60
3.5.2 Uji Asumsi Klasik.....	62
3.5.3 Analisis Regresi Linear Berganda.....	64
3.5.4 Uji Hipotesis	65
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	69
4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	69
4.1.1 Gambaran Umum Produk	69
4.2 Gambaran Umum Responden	70
4.2.1 Gambaran Umum berdasarkan Fakultas Responden	70
4.2.2 Gambaran Umum berdasarkan Umur Responden.....	71
4.2.3 Gambaran Umum Kosmetik yang Digunakan Responden	72
4.2.4 Gambaran Umum berdasarkan Uang Saku Responden Perbulan	73
4.2.5 Gambaran Umum berdasarkan Pengeluaran Untuk Kosmetik	74
4.3 Metode Analisis Data.....	75

4.3.1 Analisis Deskriptif	75
4.3.2 Analisis Kuantitatif	82
4.3.3 Analisis Linear Berganda	94
4.3.4 Uji Hipotesis	97
4.4 Interpretasi Hasil Penelitian	103
4.4.1 Pengaruh Merek terhadap Minat Beli	103
4.4.2 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Minat Beli	105
4.4.3 Pengaruh Labelisasi Halal terhadap Minat Beli	107
4.4.4 Pengaruh <i>Brand Ambassador</i> terhadap Minat Beli	109
4.4.5 Pengaruh <i>Digital Selling</i> terhadap Minat Beli	110
BAB V PENUTUP.....	113
5.1 Simpulan	113
5.2 Keterbatasan Penelitian.....	115
5.3 Saran	116
DAFTAR PUSTAKA.....	118
LAMPIRAN-LAMPIRAN	124