

## 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