

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRACT	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	12
1.3 Tujuan Penelitian	13
1.4 Sistematika Penulisan	15
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	17
2.1 Landasan Teori.....	17
2.1.1 Teori Perilaku Konsumen	17
2.1.1.1 Teori Perilaku Konsumen dalam Perspektif Konvensional	17
2.1.1.2 Teori Perilaku Konsumen dalam Perspektif Islam.....	24
2.1.3 Teori Permintaan	28
2.1.4 Fikih Halal.....	32
2.1.5 Kosmetik Halal.....	34
2.2 Penelitian Terdahulu	36
2.2.1 Hubungan Antar Variabel	36
2.2.1.1 Hubungan Pendapat Terhadap Keputusan Pembelian.....	36
2.2.1.2 Hubungan Preferensi Terhadap Perilaku Konsumen	37
2.2.1.3 Hubungan Harga Terhadap Keputusan Pembelian	37
2.2.1.4 Hubungan <i>Halal Awareness</i> terhadap Keputusan Pembelian	38
2.2.1.5 Hubungan <i>Halal Tolerance</i> terhadap Keputusan Pembelian	39

2.4 Kerangka Pemikiran.....	48
2.5 Hipotesis.....	49
BAB III METODE PENELITIAN	51
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel	51
3.1.1 Variabel Dependen.....	51
3.1.3 Definisi Operasional Variabel.....	52
3.2 Populasi dan Sampel	54
3.2.1 Populasi.....	54
3.2.2 Sampel.....	54
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	55
3.4 Metode Pengumpulan Data	56
3.5. Uji Kuesioner.....	56
3.5.1 Uji Validitas	56
3.5.2 Uji Reliabilitas	57
3.6 Analisis Deskriptif	58
3.6.1 Analisis Indeks Jawaban	58
3.7 Analisis Regresi	60
3.7.1 Analisis Logistik Regresi Biner	60
3.7.2 Hipotesis Kerja.....	63
3.7.3 Uji Kelayakan Model Regresi.....	65
3.7.4 Menilai Keseluruhan Model (<i>Overall fit model</i>).....	65
3.7.5 Koefisien Determinasi.....	65
3.7.6 Uji Simultan Logistik (<i>Omnibust Test</i>)	66
3.7.7 Uji Parsial Logistik (<i>Wald test</i>).....	67
3.7.8 <i>Marginal Effect</i>	67
BAB IV HASIL DAN ANALISIS.....	69
4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	69
4.1.1 Gambaran Umum Profil Responden	69
4.2 Analisis Deskriptif.....	75
4.2.1 Analisis Indeks Jawaban	75
4.3 Uji Kuesioner	80
4.3.1 Uji Validitas	80

4.3.2 Uji Reliabilitas	82
4.4 Analisis Regresi Logistik Biner	83
4.4.1 Analisis Regresi Logistik Biner	83
4.4.1.1 Interpretasi Uji Kelayakan Model Regresi (Hosmer and Lemeshow Test).....	83
4.4.1.2 Uji Keseluruhan Model (<i>Overall fit model</i>)	83
4.4.1.3 Uji Koefisien Determinasi (Pseudo R Square)	85
4.4.1.4 Uji Signifikan Simultan (<i>Omnibus test</i>).....	85
4.4.1.5 Uji Parsial Logistik (<i>Wald test</i>).....	86
4.5 Interpretasi Hasil Penelitian	92
4.5.1 Pengaruh <i>Gender</i> Terdapat Keputusan Pembelian <i>Skincare</i>	92
4.5.2 Pengaruh Asal Kampus Terdapat Keputusan Pembelian <i>Skincare</i>	94
4.5.3 Pengaruh Pendapatan Terdapat Keputusan Pembelian <i>Skincare</i>	95
4.5.4 Pengaruh Preferensi Terdapat Keputusan Pembelian <i>Skincare</i>	97
4.5.5 Pengaruh Harga Terdapat Keputusan Pembelian <i>Skincare</i>	98
4.5.6 Pengaruh <i>Halal Awareness</i> Terdapat Keputusan Pembelian <i>Skincare</i>	100
4.5.6 Pengaruh <i>Halal Tolerance</i> Terdapat Keputusan Pembelian <i>Skincare</i>	102
BAB V PENUTUP	104
5.1 Kesimpulan	104
5.2 Keterbatasan.....	106
5.3 Saran.....	107
DAFTAR PUSTAKA	110
LAMPIRAN	116

FEB UNDIP