

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN USULAN PENELITIAN	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
ABSTRACT	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	12
1.3 Tujuan Penelitian.....	13
1.4 Manfaat Penelitian.....	14
1.5 Sistematika Penulisan.....	15
BAB II TELAAH PUSTAKA	18
2.1 Landasan Teori	18
2.1.1 Teori Konsumsi.....	18
2.1.2 Teori Permintaan.....	21
2.1.3 Keputusan Pembelian	24
2.1.4 <i>Korean Wave</i>	28
2.1.5 <i>Product Involvement</i>	31
2.1.6 <i>Halal Awareness</i>	32
2.1.7 Harga.....	33
2.1.8 Pendapatan	36
2.2 Penelitian Terdahulu.....	38
2.3 Hubungan Antar Variabel	41
2.3.1 Pengaruh <i>Korean Wave</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	41
2.3.2 Pengaruh <i>Product Product Involvement</i> terhadap Keputusan Pembelian	42

2.3.3 Pengaruh <i>Halal Awareness</i> terhadap Keputusan Pembelian	44
2.3.4 Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian	46
2.3.5 Pengaruh Pendapatan terhadap Keputusan Pembelian	46
2.4 Kerangka Pemikiran	47
BAB III METODE PENELITIAN	49
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	49
3.1.1 Variabel Penelitian	49
3.1.2 Definisi Operasional	51
3.2 Populasi dan Sampel	58
3.3 Jenis dan Sumber Data	59
3.4 Metode Pengumpulan Data	61
3.5 Metode Analisis	62
3.5.1 Analisis Deskriptif	62
3.5.2 Analisis Kuantitatif	64
3.5.3 Uji Statistik	68
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	74
4.1 Deskripsi Objek Penelitian	74
4.1.1 Gambaran Umum Produk COSRX	74
4.1.2 Gambaran Umum Responden	75
4.2 Analisis Indeks Jawaban	86
4.2.1 Indeks Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Korean Wave</i>	86
4.2.2 Indeks Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Product Involvement</i> ..	87
4.2.3 Indeks Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Halal Awareness</i>	88
4.2.4 Indeks Jawaban Responden terhadap Variabel Harga	88
4.2.5 Indeks Jawaban Responden terhadap Variabel Pendapatan	89
4.3 Analisis Data	90
4.3.1 Uji Validitas	90
4.3.2 Uji Reliabilitas	92
4.3.3 Analisa Regresi Logistik	93
4.4 Interpretasi hasil	102
4.4.1 Pengaruh <i>Korean Wave</i> terhadap Keputusan Pembelian COSRX pada Konsumen Muslim di Semarang	102
4.4.2 Pengaruh <i>Product Involvement</i> terhadap Keputusan Pembelian COSRX pada Konsumen Muslim di Semarang	104

4.4.3 Pengaruh <i>Halal Awareness</i> terhadap Keputusan Pembelian COSRX pada Konsumen Muslim di Semarang.....	107
4.4.4 Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian COSRX pada Konsumen Muslim di Semarang	112
4.4.5 Pengaruh Pendapatan terhadap Keputusan Pembelian COSRX pada Konsumen Muslim di Semarang	113
BAB V PENUTUP.....	116
5.1 Kesimpulan.....	116
5.2 Keterbatasan	118
5.3 Saran.....	118
DAFTAR PUSTAKA.....	121
LAMPIRAN.....	132

