

## DAFTAR ISI

<b>PERSETUJUAN SKRIPSI.....</b>	<b>i</b>
<b>PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....</b>	<b>iii</b>
<b>MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....</b>	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>x</b>
<b><i>ABSTRACT</i> .....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xvii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
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
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>15</b>
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
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>50</b>
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
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>69</b>
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
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>113</b>
5.1 Simpulan .....	113
5.2 Keterbatasan Penelitian.....	115
5.3 Saran .....	116
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>118</b>
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN .....</b>	<b>124</b>