

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI	ii
PENGESAHAN SKRIPSI	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
ABSTRAK	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian	8
E. Sistematika Penelitian.....	8
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Deskripsi Teori.....	10
1. Keputusan Pembelian	10
2. Sertifikasi Halal	15
3. <i>Beauty Influencer</i>	20
4. Diferensiasi Produk.....	24
B. Penelitian Terdahulu	29
C. Kerangka Berpikir.....	35
D. Hipotesis	35
1. Pengaruh Sertifikasi Halal terhadap Keputusan Pembelian.....	35
2. Pengaruh <i>Beauty Influencer</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	36
3. Pengaruh Diferensiasi Produk terhadap Keputusan Pembelian.....	36
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Jenis dan Pendekatan	37
B. Setting Penelitian	37

C. Populasi dan Sampel	37
D. Desain dan Definisi Operasional Variabel	39
E. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen	41
F. Uji Asumsi Klasik	42
G. Teknik Pengumpulan Data	43
H. Teknik Analisis Data	44
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Hasil Penelitian	47
1. Gambaran Objek Penelitian	47
2. Gambaran Umum Responden	49
3. Deskripsi Hasil Data Penelitian	51
4. Analisis Data	55
B. Pembahasan Hasil Penelitian	66
1. Pengaruh Sertifikasi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah pada Generasi Z di Jepara	66
2. Pengaruh <i>Beauty Influencer</i> Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah pada Generasi Z di Jepara	67
3. Pengaruh Diferensiasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah pada Generasi Z di Jepara	69
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	63
B. Saran-saran	63
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	
DAFTAR RIWAYAT PENDIDIKAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	29
Tabel 3.1	Definisi Operasional	39
Tabel 4.1	Gambaran Umum Jenis Kelamin Responden	49
Tabel 4.2	Gambaran Umum Alamat Responden	49
Tabel 4.3	Gambaran Umum Usia Responden.....	50
Tabel 4.4	Gambaran Umum Pekerjaan Responden	50
Tabel 4.5	Jawaban Responden Mengenai Variabel Sertifikasi Halal	51
Tabel 4.6	Jawaban Responden Mengenai Variabel <i>Beauty Influencer</i>	52
Tabel 4.7	Jawaban Responden Mengenai Variabel Diferensiasi Produk.....	53
Tabel 4.8	Jawaban Responden Mengenai Variabel Keputusan Pembelian	54
Tabel 4.9	Hasil Uji Validitas Sertifikasi Halal	56
Tabel 4.10	Hasil Uji Validitas <i>Beauty Influencer</i>	56
Tabel 4.11	Hasil Uji Validitas Diferensiasi Produk.....	57
Tabel 4.12	Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian.....	57
Tabel 4.13	Hasil Uji Reliabilitas Instrumen	58
Tabel 4.14	Hasil Uji Multikolinearitas	58
Tabel 4.15	Hasil Uji Regresi Linear Berganda	61
Tabel 4.16	Hasil Uji t.....	63
Tabel 4.17	Hasil Uji t Variabel Sertifikasi Halal	63
Tabel 4.18	Hasil Uji t Variabel <i>Beauty Influencer</i>	63
Tabel 4.19	Hasil Uji t Variabel Diferensiasi Produk	64
Tabel 4.20	Hasil Uji F.....	65
Tabel 4.21	Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	65

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Tahap Proses Pembelian	11
Gambar 2.2	Logo Halal	20
Gambar 2.3	Logo Halal Terbaru.....	20
Gambar 2.4	Kerangka Berfikir	35
Gambar 4.1	Hasil Uji Heteroskedastisitas	59
Gambar 4.2	Hasil Uji Normalitas dengan Plot	60
Gambar 4.3	Hasil Uji Normalitas dengan Histogram.....	60

