

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
PENGESAHAN MUNAQOSYAH	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
ABSTRAK	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian	8
D. Manfaat Penelitian	8
E. Sistematika Penulisan	9
BAB II LANDASAN TEORI	11
A. Deskripsi Teori	11
1. <i>Theory of Planned Behavior</i> (TPB).....	11
2. Keputusan Pembelian.....	12
a. Pengertian Keputusan Pembelian	12
b. Jenis-jenis Perilaku Keputusan Pembelian	13
c. Proses Keputusan Pembelian.....	14
d. Keputusan pembelian dalam perspektif ekonomi Islam	15
e. Indikator keputusan pembelian.....	16
3. <i>Labelisasi Halal</i>	16
a. Definisi Label	16
b. Definisi Halal	17
c. Definisi <i>Labelisasi Halal</i>	17
d. Dasar Hukum <i>Labelisasi Halal</i> Dalam Islam	19
e. Indikator <i>Labelisasi Halal</i>	19
4. <i>Halal Knowledge</i>	20
a. Definisi <i>Halal Knowledge</i>	20
b. Jenis Pengetahuan Produk	21
c. Indikator <i>Halal Knowledge</i>	22
5. <i>Beauty influencer</i>	22
a. Definisi <i>Beauty Influencer</i>	22

b.	Jenis <i>Influencer</i>	23
c.	<i>Beauty Influencer</i> Menurut Perspektif Islam	24
d.	<i>Influencer Marketing</i>	24
e.	Indikator <i>Beauty Influencer</i>	25
B.	Penelitian Terdahulu	25
C.	Kerangka Berpikir	29
D.	Hipotesis	30
1.	Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian	30
2.	Pengaruh <i>halal knowledge</i> terhadap keputusan pembelian	31
3.	Pengaruh <i>beauty influencer</i> terhadap keputusan pembelian	32
BAB III METODE PENELITIAN		34
A.	Jenis dan Pendekatan	34
B.	Setting Penelitian	34
C.	Populasi dan Sampel	34
D.	Identifikasi Variabel	36
E.	Definisi Operasional Variabel	36
F.	Teknik Pengumpulan Data	38
G.	Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	38
H.	Uji Asumsi Klasik	39
I.	Teknik Analisis Data	40
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		43
A.	Gambaran Umum	43
1.	Gambaran Objek Penelitian	43
2.	Gambaran Umum Responden	45
a.	Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	45
b.	Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	46
c.	Deskripsi Responden Berdasarkan Asal Daerah	46
d.	Deskripsi Responden Berdasarkan Fakultas IAIN Kudus	46
e.	Deskripsi Responden Berdasarkan Uang Saku	47
B.	Deskripsi Data Penelitian	47
1.	Deskripsi Hasil Data Penelitian	47
a.	Variabel Labelisasi Halal	48
b.	Variabel Halal Knowledge	50
c.	Variabel <i>Beauty Influencer</i>	52
d.	Variabel Keputusan Pembelian	54
2.	Hasil Uji Instrumen Data	55
a.	Uji Validitas Instrumen	55

b.	Uji Reliabilitas Instrumen.....	56
3.	Hasil Uji Asumsi Klasik.....	57
a.	Uji Normalitas	57
b.	Uji Multikolinearitas	58
c.	Uji Heteroskedastisitas	58
4.	Hasil Uji Analisis Statistik	59
a.	Analisis Regresi Berganda	59
b.	Koefisien Determinasi (R^2).....	60
c.	Uji Statistik F (Simultan).....	61
d.	Uji Statistik t (parsial)	61
C.	Pembahasan Hasil Penelitian	63
1.	Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Halal Mahasiswa IAIN Kudus Angkatan 2019	63
2.	Pengaruh <i>Halal Knowledge</i> Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Halal Mahasiswa IAIN Kudus Angkatan 2019	65
3.	Pengaruh <i>Beauty Influencer</i> Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Halal Mahasiswa IAIN Kudus Angkatan 2019	66
BAB V	PENUTUP	69
A.	Kesimpulan.....	69
B.	Saran-Saran	69
DAFTAR PUSTAKA		71
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....		77
DAFTAR RIWAYAT HIDUP		139

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Penelitian Terdahulu.....	26
Tabel 1.1 Definisi Operasional Variabel	37
Tabel 4. 1 Jenis Kelamin Responden.....	47
Tabel 4. 2 Usia Responden.....	47
Tabel 4. 3 Asal Daerah	48
Tabel 4. 4 Fakultas IAIN Kudus.....	48
Tabel 4. 5 Uang Saku	49
Tabel 4. 6 Jenjang Interval	50
Tabel 4. 7 Variabel Labelisasi Halal.....	50
Tabel 4. 8 <i>Halal Knowledge</i>	52
Tabel 4. 9 Beauty Influencer	54
Tabel 4. 10 Keputusan Pembelian	56
Tabel 4. 11 Hasil Uji Validitas	58
Tabel 4. 12 Hasil Uji Reliabilitas	59
Tabel 4. 13 Hasil Uji Normalitas.....	60
Tabel 4. 14 Hasil Uji Multikolinearitas	61
Tabel 4. 15 Hasil Uji Heteroskedastisitas	61
Tabel 4. 16 Hasil Analisis Regresi Berganda	62
Tabel 4. 17 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	64
Tabel 4. 18 Hasil Uji F.....	65
Tabel 4. 19 Hasil Uji T.....	65

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Konsumen Kosmetik Halal Terbesar di Dunia 2
Gambar 2.1 Logo Halal Resmi MUI 19
Gambar 2.2 Kerangka Berpikir 31

