

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI.....	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.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Manfaat Penelitian.....	5
E. Sistematika Penulisan.....	6
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Deskripsi Teori.....	8
1. Theory of Planned Behavior.....	8
2. Viral Marketing.....	8
3. Online Customer Review.....	13
4. Halal Awareness.....	18
5. Keputusan Pembelian.....	20
B. Peneletian Terdahulu.....	25
C. Kerangka Berfikir.....	29
D. Hipotesis.....	29
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Jenis dan Pendekatan.....	32
B. Setting Penelitian.....	32
C. Populasi dan Sampel.....	32
D. Desain dan Definisi Operasional Variabel.....	34
E. Uji Validitas dan Realibilitas Instrumen.....	36
F. Teknik Pengumpulan Data.....	37
G. Teknik Analisis Data.....	38

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian	42
1. Gambaran Objek Penelitian	42
2. Gambaran Umum Responden	42
3. Deskripsi Hasil Data Penelitian	44
4. Uji Instrumen	51
5. Uji Asumsi Klasik	52
6. Uji Hipotesis	54
B. Pembahasan	58
1. Pengaruh Viral Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Skincare The Originote	58
2. Pengaruh Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Skincare The Originote	60
3. Pengaruh Halal Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Skincare The Originote	62

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	65
B. Saran-Saran	65

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	26
Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel.....	34
Tabel 3. 2 Skor Skala Likert	38
Tabel 4. 1 Jenis Kelamin Responden	42
Tabel 4. 2 Usia Responden	43
Tabel 4. 3 Pekerjaan.....	43
Tabel 4. 4 Penghasilan	44
Tabel 4. 5 Pembelian.....	44
Tabel 4. 6 Jenjang Interval.....	45
Tabel 4. 7 Variabel Viral Marketing	45
Tabel 4. 8 Online Customer Review	46
Tabel 4. 9 Halal Awareness	48
Tabel 4. 10 Keputusan Pembelian.....	49
Tabel 4. 11 Hasil Uji Validitas.....	51
Tabel 4. 12 Hasil Uji Reliabilitas.....	52
Tabel 4. 13 Hasil Uji Normalitas	53
Tabel 4. 14 Hasil Uji Multikolinearitas	53
Tabel 4. 15 Hasil Uji Heteroskedastisitas	54
Tabel 4. 16 Hasil Analisis Regresi Berganda	54
Tabel 4. 17 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	56
Tabel 4. 18 Hasil Uji T.....	57
Tabel 4. 19 Hasil Uji F.....	58

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Berfikir	29
-------------------------------------	----

