

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PEMBIMBING SKRIPSI	ii
HALAMAN PENGESAHAN	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 1 PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	9
C. Tujuan Penelitian	9
D. Manfaat Penelitian.....	10
E. Sistematika Penulisan	10
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Deskripsi Teori	12
1. <i>Theory Of Planned Behaviour</i> (TPB).....	12
2. Manajemen Pemasaran.....	13
3. <i>Advertisement</i> (Iklan)	17
4. <i>Advertisement</i> dalam Perspektif Islam	18
5. <i>Celebrity Endorsement</i>	20
6. <i>Endorsement</i> Perspektif Islam.....	23
7. <i>Brand image</i> (Citra Merek)	23
8. <i>Brand image</i> Perspektif Islam	25
9. <i>Brand Trust</i> (Kepercayaan Merek).....	25
10. <i>Brand Trust</i> Perspektif Islam	26
11. Keputusan Pembelian.....	26
12. Keputusan Pembelian Menurut Perspektif Ekonomi Islam.....	31
B. Penelitian Terdahulu	33
C. Kerangka Berpikir	35
D. Hipotesis.....	36
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian	39
B. Populasi dan sampel	39

C. Identifikasi Variabel	40
D. Variabel Operasional	41
E. Teknik Pengumpulan Data.....	43
F. Teknik Analisis Data	43
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Hasil Penelitian.....	52
1. Gambaran Obyek Penelitian.....	52
2. Analisis Deskripsi Data.....	67
B. Pembahasan	92
1. Pengaruh <i>Advertisement</i> Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Pada Sosial Media Instagram Studi Mahasiswa di Kudus	92
2. Pengaruh <i>Celebrity Endorsement</i> Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Pada Sosial Media Instagram.....	93
3. <i>Brand Image</i> Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Pada Sosial Media Instagram Studi mahasiswa di Kudus.....	94
4. <i>Brand Trust</i> Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Pada Sosial Media Instagram Studi Mahasiswa di Kudus	95
5. <i>Advertisement, Celebrity Endorsement, Brand Image</i> dan <i>Brand Trust</i> berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Scarlett.....	96
BAB V PENUTUP	
A. Simpulan	98
B. Saran-saran	99
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 :	Penelitian Terdahulu	33
Tabel 4. 1:	Hasil Statistik Deskriptif	69
Tabel 4. 2 :	Tingkat <i>Response Rate</i>	70
Tabel 4. 3 :	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	71
Tabel 4. 4 :	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Usia	71
Tabel 4. 5 :	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	72
Tabel 4. 6 :	Karakteristik Responden Berdasarkan Perguruan Tinggi.....	72
Tabel 4. 7 :	Karakteristik Responden Berdasarkan Jurusan	73
Tabel 4. 8 :	Deskripsi Data Penelitian	75
Tabel 4. 9 :	Uji Validitas Instrument	79
Tabel 4. 10:	Uji Reliabilitas Instrumen	81
Tabel 4. 11 :	Uji Normalitas.....	82
Tabel 4. 12 :	Uji Heteroskedastisitas.....	84
Tabel 4. 13 :	Hasil Uji Multikolinearitas	86
Tabel 4. 14 :	Hasil estimasi koefisien regresi	87
Tabel 4. 15 :	Uji T.....	88
Tabel 4. 16 :	Uji F.....	91
Tabel 4. 17 :	Koefisien Determinasi.....	91

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1:	Pengguna ponsel, internet, dan media sosial pada tahun 2021	2
Gambar 1.2 :	Kategori barang dan jasa yang mengalami pertumbuhan terbesar di bidang e-commerce.....	4
Gambar 1. 1 :	Pembelian Produk Scarlett sampai November 2021	5
Gambar 1. 2:	Instagram <i>Audience Overview</i>	7
Gambar 2 1 :	Model Proses Pembelian Konsumen dalam Lima Tahap.....	29
Gambar 2.1 :	Kerangka Berfikir	36
Gambar 4.1 :	Logo Scarlett.....	52
Gambar 4.2 :	Produk <i>Shower Scrub Mango</i>	54
Gambar 4.3 :	Produk <i>Shower Scrub Pomegranate</i>	54
Gambar 4.4 :	Produk <i>Shower Scrub Cucumber</i>	54
Gambar 4.5 :	Produk <i>Shower Scrub Charming</i>	55
Gambar 4.6 :	Produk <i>Shower Scrub Freshy</i>	55
Gambar 4.7 :	Produk <i>Shower Scrub Joly</i>	55
Gambar 4.8 :	Produk <i>Shower Scrub Coffee</i>	56
Gambar 4.9 :	Produk <i>Body Scrub Pomegranate</i>	57
Gambar 4.10:	Produk <i>Body Scrub Coffee</i>	57
Gambar 4.11 :	Produk <i>Body Lotion Romansa</i>	57
Gambar 4. 12 :	Produk Body Lotion Fantasia	58
Gambar 4. 13 :	Produk Body Lotion Charming.....	58
Gambar 4. 14:	Produk Body Lotion Freshy	59
Gambar 4. 15 :	Produk Body Lotion Joly	59
Gambar 4. 16 :	Produk Whitening Facial Wash All Type Skin	60
Gambar 4. 17 :	Produk Acne Day Cream	60
Gambar 4. 18 :	Produk Acne Night Cream.....	61
Gambar 4. 19 :	Produk Brightly Ever After Day & Night Cream.....	61
Gambar 4. 20 :	Produk Acne Serum	61
Gambar 4. 21 :	Produk Brightly Ever After Serum	62
Gambar 4. 22 :	Produk Whitening Glowtwning Serum	62
Gambar 4. 23 :	Produk Brightly Essence Toner	63
Gambar 4. 24 :	Produk Acne Essence Toner	63
Gambar 4. 25 :	Produk Herbalism Mugwort Mask.....	64
Gambar 4. 26 :	Produk Seriously Sooting and Hydrating Gel Mask	64
Gambar 4. 27 :	Produk Yordanian Sea salt Shampoo.....	65
Gambar 4. 28 :	Produk Yordanian Sea salt Conditioner	65
Gambar 4. 29 :	Website: www.scarlettwhitening.com	66

Gambar 4. 30: Instagram Scarlett	67
Gambar 4. 31: Grafik Normal Probability Plot.....	83
Gambar 4. 32: Diagram Scatterplot	85

