

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI</b> .....	<b>ii</b>
<b>PENGESAHAN MUNAQOSYAH</b> .....	<b>iii</b>
<b>PERSYARATAN KEASLIAN SKRIPSI</b> .....	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>v</b>
<b>MOTO</b> .....	<b>vi</b>
<b>PERSEMBAHAN</b> .....	<b>vii</b>
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN</b> .....	<b>viii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat Penulisan.....	6
E. Sistematika Penulisan.....	7
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b>	
A. <i>Theory Of PlannediBehavior (TPB)</i> .....	8
B. Niat Beli.....	9
C. Label Halal.....	14
D. Ulasan Pelanggan.....	22
E. <i>Beauty Influencer</i> .....	26
F. Produk Kosmetik Halal.....	33
G. Penelitian Terdahulu.....	34
H. Kerangka Berfikir dan Kerangka Hipotesis.....	39
I. Hipotesis.....	41
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
A. Jenis dan Pendekatan.....	45
B. Populasi dan Sampel.....	45
C. Identifikasi Variabel.....	46
D. Variabel Operasional.....	47
E. Teknik Pengumpulan Data.....	48
F. Teknik Analisis Data.....	50
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	
A. Hasil Penelitian.....	55
B. Pembahasan Penelitian.....	81
<b>BAB V PENUTUP</b>	
A. Kesimpulan.....	86
B. Saran.....	87
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	

**DAFTAR TABEL**

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	35
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel .....	47
Tabel 3.2 Skala Likert .....	49
Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	60
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Umur .....	60
Tabel 4.3 RespondennBerdasarkan Alamat Tempat Tinggal .....	61
Tabel 4.4 Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	62
Tabel 4.5 Responden Berdasarkan Intensitas Penggunaan Media Sosial	63
Tabel 4.6 Responden Berdasarkan Melihat Video Beauty Influencer.....	64
Tabel 4.7 Responden Berdasarkan Melihat Ulasan Pelanggan .....	64
Tabel 4.8 Deskripsi Variabel Label Halal .....	65
Tabel 4.9 Deskripsi Variabel Ulasan Pelanggan .....	66
Tabel 4.10 Deskripsi Variabel Beauty Influencer .....	68
Tabel 4.11 Deskripsi Variabel Niat Beli .....	70
Tabel 4.12 Hasil Uji Validitas .....	72
Tabel 4. 13 Hasil Uji Reliabilitas .....	73
Tabel 4. 14 Hasil Uji Multikolinieritas.....	75
Tabel 4. 15 Hasil Uji Heteroskedastisitas Glejser .....	77
Tabel 4. 16 Hasil Uji Autokorelasi.....	77
Tabel 4. 17 Hasil Uji Regresi Linier Berganda .....	78
Tabel 4. 18 Hasil Uji F .....	81

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Logo Label Halal MUI .....	19
Gambar 2.2 Logo Label Halal dari Kemenag RI.....	20
Gambar 2. 3 Kerangka Pemikiran .....	39
Gambar 2. 4 Kerangka Hipotesis.....	41
Gambar 4.1 Logo Oriflame .....	55
Gambar 4.2 Kategori <i>Makeup</i> .....	57
Gambar 4.3 Kategori <i>Fragrance</i> .....	57
Gambar 4.4 Kategori <i>Bath &amp; Body Care</i> .....	58
Gambar 4.5 Kategori <i>Skin Care</i> .....	58
Gambar 4.6 Kategori <i>Accessories</i> .....	59
Gambar 4.7 Kategori <i>Wellbeing</i> .....	59
Gambar 4.8 Hasil Uji Normalitas Histogram .....	74
Gambar 4.9 Hasil Uji Normalitas Probability Plot.....	74
Gambar 4.10 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	76

