

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN NOTA PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN MUNAQOSYAH	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
HALAMAN ABSTRAK	v
HALAMAN MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
HALAMAN PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	viii
HALAMAN KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB I : PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	12
C. Tujuan Penelitian	12
D. Manfaat Penelitian.....	13
E. Sistematika Penulisan	14
BAB II : LANDASAN TEORI	
A. Deskripsi Teori.....	16
1. Keputusan Pembelian.....	16
2. <i>Marketing Mix</i>	22
3. <i>Brand Image</i>	28
4. <i>Green Beauty</i>	32
5. Label Halal	39
6. Produk <i>Skincare</i>	43
7. Wanita Dewasa Muda	44
B. Penelitian Terdahulu.....	45
C. Kerangka Berpikir	50
D. Hipotesis.....	52
BAB III : METODE PENELITIAN	
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	56
B. Populasi dan Sampel	57
C. Identifikasi Variabel	58
D. Definisi Operasional Variabel	59
E. Teknik Pengumpulan Data	64
F. Teknik Analisis Data.....	66

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian	77
1. Gambaran Objek Penelitian.....	77
2. Analisis Data	104
B. Pembahasan.....	117
1. Pengaruh <i>beauty influencer</i> terhadap keputusan pembelian produk Avoskin	117
2. Pengaruh <i>brand image</i> terhadap keputusan pembelian produk Avoskin.....	120
3. Pengaruh <i>green beauty</i> terhadap keputusan pembelian produk Avoskin.....	122
4. Pengaruh label halal terhadap keputusan pembelian produk Avoskin.....	124
5. Pengaruh simultan <i>beauty influencer, brand image, green beauty</i> , dan label halal terhadap keputusan pembelian produk Avoskin	126

BAB V : PENUTUP

A. Simpulan.....	128
B. Saran.....	129

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP PENULIS

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Definisi Operasional Variabel	59
Tabel 3.2	Nilai Jawaban Instrumen Penelitian	65
Tabel 3.3	Hasil Uji Validitas Non Responden <i>Beauty Influencer</i>	67
Tabel 3.4	Hasil Uji Validitas Non Responden <i>Brand Image</i>	68
Tabel 3.5	Hasil Uji Validitas Non Responden <i>Green Beauty</i>	68
Tabel 3.6	Hasil Uji Validitas Non Responden Label Halal.....	69
Tabel 3.7	Hasil Uji Validitas Non Responden Keputusan Pembelian	69
Tabel 3.8	Hasil Uji Reliabilitas Non Responden.....	70
Tabel 4.1	Penggolongan Produk Avoskin Berdasarkan Tipe	87
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	91
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	92
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Profesi	92
Tabel 4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Tempat Tinggal	93
Tabel 4.6	Data Hasil Presentase Variabel <i>Beauty Influencer</i>	94
Tabel 4.7	Data Hasil Presentase Variabel <i>Brand Image</i>	95
Tabel 4.8	Data Hasil Presentase Variabel <i>Green Beauty</i>	98
Tabel 4.9	Data Hasil Presentase Variabel Label Halal	100
Tabel 4.10	Data Hasil Presentase Variabel Keputusan Pembelian.....	101
Tabel 4.11	Hasil Uji Validitas <i>Beauty Influencer</i>	104
Tabel 4.12	Hasil Uji Validitas <i>Brand Image</i>	105
Tabel 4.13	Hasil Uji Validitas <i>Green Beauty</i>	105
Tabel 4.14	Hasil Uji Validitas Label Halal	106
Tabel 4.15	Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian	106
Tabel 4.16	Hasil Uji Reliabilitas Responden.....	107
Tabel 4.17	Uji Multikolinieritas	109
Tabel 4.18	Uji Autokorelasi	111
Tabel 4.19	Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	112
Tabel 4.20	Hasil Analisis Koefisien Determinasi (R^2)	114
Tabel 4.21	Hasil Uji F (Simultan)	115
Tabel 4.22	Hasil Uji T (Parsial)	116

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir.....	52
Gambar 4.1 Struktur Organisasi PT AVO Innovation Technology	84
Gambar 4.2 Logo Produk Avoskin	85
Gambar 4.3 Logo PT AVO Innovation Technology	85
Gambar 4.4 Uji Normalitas.....	108
Gambar 4.5 Uji Heteroskedatisitas	110

