

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN BIMBINGAN 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 Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	10
C. Tujuan Penelitian	10
D. Manfaat Penelitian	11
E. Sistematika Penelitian.....	11
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Deskripsi Teori	13
1. Labelisasi Halal	13
2. Citra Merek.....	18
3. Online Customer Review	25
4. Celebrity Endorsement	29
5. Perceived Advertising Value.....	31
6. Keputusan Pembelian.....	32
B. Penelitian Terdahulu	41
C. Kerangka Berfikir	43
D. Hipotesis	44
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Jenis dan Pendekatan	51
B. Populasi dan Sampel.....	51
C. Identifikasi Variabel.....	54
D. Desain dan Definisi Operasional	54
E. Definisi Operasional Variabel.....	55
F. Metode Analisis Data.....	57
G. Teknik Pengumpulan Data.....	58

H. Teknik Analisis Data.....	58
BAB IV PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	62
1. Pengertian Kosmetik	62
2. Gambaran Umum Kabupaten Rembang.....	64
3. Analisis Deskriptif.....	66
4. Deskripsi Identitas Responden	66
5. Tanggapan Responden	72
B. Analisis Data.....	79
C. Pembahasan Hasil Penelitian	94
BAB V PENUTUP	
A. Simpulan	97
B. Keterbatasan Penelitian.....	98
C. Saran	99
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	41
Tabel 4.1 Distribusi Frekuensi Berdasarkan Alamat Responden.....	67
Tabel 4.2 Distribusi Frekuensi Berdasarkan Usia Responden.....	68
Tabel 4.3 Distribusi Frekuensi Berdasarkan Jenis Kosmetik..	69
Tabel 4.4 Distribusi Frekuensi Berdasarkan Informasi yang diperoleh	70
Tabel 4.5 Distribusi Frekuensi Berdasarkan Lama Mengonsumsi Produk	70
Tabel 4.6 Deskripsi Tanggapan Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan.....	71
Tabel 4.7 Deskripsi Tanggapan Responden Terhadap Label Halal.....	72
Tabel 4.8 Deskripsi Tanggapan Responden Terhadap Citra Merek.....	74
Tabel 4.9 Deskripsi Tanggapan Responden Terhadap Online Customer Review	75
Tabel 4.10 Deskripsi Tanggapan Responden Terhadap Celebrity Endorsement.....	76
Tabel 4.11 Deskripsi Tanggapan Responden Terhadap Perceived Advertising Value	77
Tabel 4.12 Deskripsi Tanggapan Responden Terhadap Keputusan Pembelian.....	79
Tabel 4.13 Hasil Uji Validitas Labelisasi Halal.....	80
Tabel 4.14 Hasil Uji Validitas Citra Merek	80
Tabel 4.15 Hasil Uji Validitas Online Customer Review	81
Tabel 4.16 Hasil Uji Validitas Celebrity Endorsement	81
Tabel 4.17 Hasil Uji Validitas Perceived Advertising Value .	82
Tabel 4.18 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian.....	82
Tabel 4.19 Uji Reabilitas	83
Tabel 4.20 Uji Multikolinearitas.....	83
Tabel 4.21 Uji Autokorelasi.....	85
Tabel 4.22 Uji Kolmogrove Semipro.....	86
Tabel 4.23 Uji Regresi Linier Berganda	88
Tabel 4.24 Uji Koefisien Determinasi	90
Tabel 4.25 Uji Stimultan.....	91
Tabel 4.26 Uji Signifikansi Parameter Individual.....	92

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Proses Keputusan Pembelian	37
Gambar 2.2 Kerangka Berfikir.....	44
Gambar 4.1 Uji Heterokedaktisitas	85
Gambar 4.2 Uji Normalitas Histogram	87
Gambar 4.3 Uji Normalitas Probability Plot.....	87

