

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>PERSETUJUAN PEMBIMBING.....</b>	<b>ii</b>
<b>PENGESAHAN MUNAQOSYAH .....</b>	<b>iii</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI .....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>v</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>vi</b>
<b>PERSEMBAHAN.....</b>	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>viii</b>
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN .....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah .....	8
C. Tujuan Penelitian.....	8
D. Manfaat Penelitian.....	8
E. Sistematika Penulisan.....	9
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b>	
A. Deskripsi Teori.....	11
1. <i>Celebrity endorser</i> .....	11
a. Pengertian <i>Celebrity Endorser</i> .....	11
b. Peran <i>Celebrity Endorser</i> .....	11
c. Atribut <i>Celebrity Endorser</i> .....	12
d. Kajian Islam tentang <i>Celebrity Endorser</i> .....	13
e. Indikator <i>Celebrity Endorser</i> .....	15
2. <i>Product Quality</i> (Kualitas Produk).....	16
a. Pengertian <i>Product Quality</i> .....	16
b. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi <i>Product Quality</i> .....	16
c. Dimensi <i>Product Quality</i> .....	17
d. Kajian Islam tentang <i>Product Quality</i> .....	18
e. Indikator <i>Product Quality</i> .....	22
3. <i>Price Discount</i> (Potongan Harga).....	22
a. Pengertian <i>Price Discount</i> .....	22
b. Jenis <i>Price Discount</i> .....	23
c. Kajian Islam tentang <i>Price Discount</i> .....	23

d. Indikator <i>Price Discount</i> .....	25
4. <i>Consumer Behavior Theory</i> (Teori Perilaku Konsumen).....	25
a. Pengertian <i>Consumer Behavior Theory</i> .....	25
b. Pentingnya Mempelajari Teori Perilaku Konsumen .....	26
c. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen .....	26
d. Kajian Islam tentang Perilaku Konsumen .....	27
5. Keputusan Pembelian .....	31
a. Pengertian Keputusan Pembelian.....	31
b. Proses Keputusan Pembelian .....	32
c. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian.....	33
d. Kajian Islam tentang Keputusan Pembelian..	35
e. Indikator Keputusan Pembelian .....	37
6. <i>Skincare Ms Glow</i> .....	38
B. Penelitian Terdahulu .....	39
C. Kerangka Berpikir.....	41
D. Hipotesis.....	42

### **BAB III METODE PENELITIAN**

A. Jenis dan Pendekatan.....	45
B. <i>Setting</i> Penelitian.....	45
C. Populasi dan Sampel .....	45
D. Sumber Data.....	47
E. Identifikasi Variabel Penelitian.....	47
F. Definisi Operasional.....	48
G. Teknik Pengumpulan Data.....	49
H. Teknik Analisis Data.....	50

### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

A. Hasil Penelitian .....	55
1. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	55
a. Sejarah Singkat Berdirinya Ms Glow .....	55
b. Motto, Visi dan Misi Ms Glow .....	57
c. Jenis dan Harga <i>Skincare Ms Glow</i> .....	57
2. Lokasi Penelitian .....	58
3. Deskripsi Data Penelitian .....	59
a. Deskripsi Responden.....	60
b. Deskripsi Data Variabel Penelitian .....	61

4. Analisis Data.....	67
a. Uji Instrumen .....	67
b. Uji Asumsi Klasik.....	69
c. Analisis Regresi Linier Berganda .....	72
d. Pengujian Hipotesis.....	73
B. Pembahasan.....	76
1. Pengaruh <i>Celebrity Endorser</i> terhadap Keputusan Pembelian <i>Skincare Ms Glow</i> .....	76
2. Pengaruh <i>Product Quality</i> terhadap Keputusan Pembelian <i>Skincare Ms Glow</i> .....	77
3. Pengaruh <i>Price Discount</i> terhadap Keputusan Pembelian <i>Skincare Ms Glow</i> .....	78
<b>BAB V PENUTUP</b>	
A. Kesimpulan .....	80
B. Saran.....	80
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN</b>	
<b>DAFTAR RIWAYAT PENDIDIKAN</b>	

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	39
Tabel 3.1 Definisi Operasional.....	48
Tabel 3.2 Skor Skala <i>Likert</i> .....	50
Tabel 4.1 Katalog <i>Skincare Ms Glow</i> .....	57
Tabel 4.2 Umur Penduduk Desa Temulus .....	58
Tabel 4.3 Wanita di Desa Temulus Usia 17-30 Tahun .....	59
Tabel 4.4 Responden Berdasarkan Usia.....	60
Tabel 4.5 Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	60
Tabel 4.6 Frekuensi Variabel <i>Celebrity Endorser (X1)</i> .....	61
Tabel 4.7 Frekuensi Variabel <i>Product Quality (X2)</i> .....	63
Tabel 4.8 Frekuensi Variabel <i>Price Discount (X3)</i> .....	64
Tabel 4.9 Frekuensi Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	65
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Instrumen.....	67
Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen.....	68
Tabel 4.12 Hasil Uji Normalitas .....	70
Tabel 4.13 Hasil Uji Multikolonieritas .....	71
Tabel 4.14 Hasil Uji Regresi Linier Berganda .....	73
Tabel 4.15 Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	74
Tabel 4.16 Hasil Analisis Uji F.....	74
Tabel 4.17 Hasil Uji Parsial (Uji T) .....	75

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Kosmetik Ilegal .....	3
Gambar 1.2 10 <i>Brand</i> Lokal .....	4
Gambar 1.3 <i>Celebrity Endorser</i> pada <i>Skincare Ms Glow</i> .....	5
Gambar 1.4 <i>Price Discount</i> pada <i>Skincare Ms Glow</i> .....	5
Gambar 1.5 <i>Best Brand Award Ms Glow 2020</i> .....	6
Gambar 2.1 Tahap Proses Keputusan Pembelian.....	32
Gambar 2.2 <i>All Product Ms Glow</i> .....	38
Gambar 2.3 Kerangka Berpikir .....	42
Gambar 4.1 Logo Ms Glow.....	55
Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas Grafik Normal P-Plot .....	69
Gambar 4.3 Hasil Uji Normalitas Grafik Histogram .....	70
Gambar 4.4 Hasil Uji Heterokedastisitas .....	72

