

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI	ii
PENGESAHAN MUNAQOSYAH	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
ABSTRAK	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR GRAFIK	xv
BAB I : PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Tujuan Penelitian	9
D. Manfaat Penelitian	9
E. Sistematika Penulisan	10
BAB II : LANDASAN TEORI	12
A. Deskripsi Teori	12
1. <i>Theory of Planned Behavior</i>	12
2. Perilaku Konsumen	13
3. Keputusan Pembelian	16
4. Kesadaran Halal	19
5. Harga	21
6. Kepercayaan Merek	24
7. Citra Merek	26
B. Penelitian Tedahulu	28
C. Kerangka Berpikir	34
D. Hipotesis	35
BAB III : Metode Penelitian	40
A. Jenis Penelitian	40
B. Populasi dan Sampel	40
C. Definisi Operasional	41
D. Identifikasi Variabel Penelitian	44
E. Teknik Pengumpulan Data	45
F. Teknik Analisis Data	46
G. Uji Hipotesis	48
BAB IV : Hasil dan Pembahasan	50

A. Hasil Penelitian.....	50
1. Gambaran Objek Penelitian	50
2. Gambaran Data Responden.....	51
3. Gambaran Jawaban Responden.....	53
4. Analisis Data	61
5. Uji Asumsi Klasik	66
6. Uji Hipotesis.....	68
B. Pembahasan	73
BAB V : Penutup	80
A. Kesimpulan.....	80
B. Saran	80
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Perbandingan Harga Tiap Merek <i>Skincare</i> Korea di Indonesia	3
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	28
Tabel 3.1 Sampel Penelitian.....	41
Tabel 3.2 Variabel Operasional	41
Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Usia.....	51
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Pendapatan Per Bulan	52
Tabel 4.3 Domisili Responden Berdasarkan Provinsi	52
Tabel 4.4 Statistik Deskriptif.....	53
Tabel 4.5 Gambaran Umum Jawaban Responden Variabel Kesadaran Halal.....	55
Tabel 4.6 Gambaran Umum Jawaban Responden Variabel Harga.....	56
Tabel 4.7 Gambaran Umum Jawaban Responden Variabel Kepercayaan Merek.....	58
Tabel 4.8 Gambaran Umum Jawaban Responden Variabel Citra Merek.....	59
Tabel 4.9 Gambaran Umum Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian.....	60
Tabel 4.10 Hasil Validitas Kesadaran Halal	62
Tabel 4.11 Hasil Validitas Harga.....	62
Tabel 4.12 Hasil Validitas Kepercayaan Merek	63
Tabel 4.13 Hasil Validitas citra Merek	63
Tabel 4.14 Hasil Validitas Keputusan Pembelian	63
Tabel 4.15 Hasil Reliabilitas Kesadaran Halal.....	64
Tabel 4.16 Hasil Reliabilitas Harga	64
Tabel 4.17 Hasil Reliabilitas Kepercayaan Merek	65
Tabel 4.18 Hasil Reliabilitas Citra Merek.....	65
Tabel 4.19 Hasil Reliabilitas Keputusan Pembelian.....	65
Tabel 4.20 Hasil One Sample Kolmogorov-Smirnov	66
Tabel 4.21 Hasil Uji Multikolinearitas.....	67
Tabel 4.22 Hasil Regresi Linear Berganda	68
Tabel 4.23 Hasil Koefisien Determinasi	70
Tabel 4.24 Hasil Uji F Simultan	70
Tabel 4.25 Hasil Uji T Parsial	71

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	35
Gambar 4.1 Produk Laneige.....	50



DAFTAR GRAFIK

Grafik 4.1 Grafik Scaterplot..... 68

