

## 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>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>PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN .....</b>	<b>viii</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB 1 PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah .....	7
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Manfaat Penelitian.....	7
E. Sistematika Penulisan.....	8
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b>	
A. Deskripsi Teori.....	9
1. Label Halal .....	9
2. <i>Celebrity Endorser</i> .....	12
3. <i>Electronic Word of Mouth</i> .....	15
4. Keputusan Pembelian .....	22
5. Teori S-O-R.....	27
B. Penelitian Terdahulu.....	28
C. Kerangka Berpikir.....	31
D. Hipotesis.....	32
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
A. Jenis dan Metode Penelitian .....	34
B. Sumber Data.....	34
C. Populasi dan Sampel Penelitian.....	35
D. Variabel Penelitian .....	36
E. Definisi Operasional Variabel .....	36
F. Teknik Pengumpulan Data .....	39
G. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen.....	40
H. Uji Asumsi Klasik .....	41
I. Teknik Analisis Data .....	43

**BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

A. Gambaran Umum Objek Penelitian .....	46
1. Profil MS Glow .....	46
2. Produk MS Glow .....	47
B. Gambaran Umum Responden.....	48
1. Angkatan .....	48
2. Usia .....	49
3. Jenis Kelamin .....	49
4. Lama Penggunaan Produk .....	49
5. Penghasilan/Uang Saku perbulan .....	50
C. Deskripsi Jawaban Responden .....	50
1. Variabel Label Halal .....	50
2. Variabel <i>Celebrity Endorser</i> .....	52
3. Variabel <i>Electronic Word of Mouth</i> .....	54
4. Variabel Keputusan Pembelian .....	55
D. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas .....	57
1. Uji Validitas .....	57
2. Uji Reliabilitas .....	59
E. Uji Asumsi Klasik .....	60
1. Uji Multikolinieritas .....	60
2. Uji Autokorelasi .....	61
3. Uji Heteroskedastisitas .....	62
4. Uji Normalitas .....	62
F. Hasil .....	63
1. Analisis Regresi Linear Berganda .....	63
2. Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	64
3. Uji F (Simultan) .....	65
4. Uji t (Parsial) .....	65
G. Pembahasan Hasil Penelitian .....	66
1. Pengaruh Label Halal dan Keputusan Pembelian .....	66
2. Pengaruh <i>Celebrity Endorser</i> dan Keputusan Pembelian .....	67
3. Pengaruh <i>Electronic Word of Mouth</i> dan Keputusan Pembelian .....	68

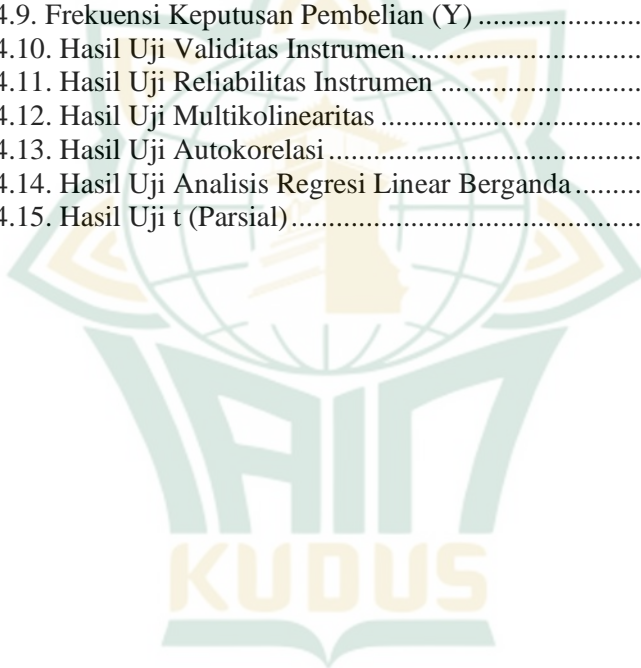
**BAB V PENUTUP**

A. Simpulan .....	70
B. Saran .....	70

**DAFTAR PUSTAKA****LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1. Definisi Operasional.....	37
Tabel 4.1. Deskripsi Angkatan Responden.....	48
Tabel 4.2. Deskripsi Usia Responden.....	49
Tabel 4.3. Deskripsi Jenis Kelamin Responden.....	49
Tabel 4.4. Deskripsi Lama Penggunaan Produk Responden .....	49
Tabel 4.5. Deskripsi Penghasilan/Uang Saku perbulan Responden	50
Tabel 4.6. Frekuensi Label Halal (X1) .....	51
Tabel 4.7. Frekuensi <i>Celebrity Endorser</i> (X2) .....	52
Tabel 4.8. Frekuensi <i>Electronic Word of Mouth</i> (X3) .....	54
Tabel 4.9. Frekuensi Keputusan Pembelian (Y) .....	56
Tabel 4.10. Hasil Uji Validitas Instrumen .....	58
Tabel 4.11. Hasil Uji Reliabilitas Instrumen .....	60
Tabel 4.12. Hasil Uji Multikolinearitas .....	61
Tabel 4.13. Hasil Uji Autokorelasi .....	61
Tabel 4.14. Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda .....	63
Tabel 4.15. Hasil Uji t (Parsial).....	66



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Pengguna Internet di Indonesia 2022 .....	3
Gambar 1.2 Data Penjualan Brand Kosmetik Lokal.....	6
Gambar 2.1. Logo Halal .....	11
Gambar 2.2. Kerangka Berpikir .....	32
Gambar 4.1. Logo MS Glow .....	46
Gambar 4.2. Aplikasi MS Glow <i>Skin Analyzer</i> .....	47
Gambar 4.3. Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	62
Gambar 4.4. Hasil Uji Normalitas .....	63
Gambar 4.5. Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	64
Gambar 4.6. Hasil Uji F .....	65

