

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	i
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	8
1.3 Batasan Masalah.....	8
1.4 Rumusan Masalah	9
1.5 Tujuan Penelitian.....	9
1.6 Manfaat Penelitian.....	9
1.6.1 Manfaat Teoritis	9
1.6.2 Manfaat Praktis	9
BAB II.....	11
TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Perilaku Konsumen	11
2.1.1 Perilaku Konsumen Dalam Prespektif Islam	11
2.1.2 Faktor – faktor Perilaku Konsumen.....	12
2.2 Minat Beli.....	13
2.2.1 Faktor Mempengaruhi Minat Beli.....	14
2.2.2 Dimensi Minat Beli.....	14
2.3 Label Halal	15

2.3.1	Proses Labelisasi Halal	15
2.3.2	Indikator Label Halal	16
2.4	Religiusitas	17
2.4.1	Dimensi Religiusitas	17
2.5	<i>Electronic Word of Mouth (eWOM)</i>	18
2.5.1	Dimensi <i>Electronic Word of Mouth</i>	19
2.5.2	Faktor Penentu <i>Electronic Word of Mouth</i>	19
2.6	Penelitian Terdahulu.....	20
2.7	Hubungan Antar Variabel	27
2.7.1	Hubungan label halal dengan minat beli.....	27
2.7.2	Hubungan religiusitas dengan minat beli.....	27
2.7.3	Hubungan <i>electronic word of mouth</i> dengan minat beli.....	28
2.8	Hipotesis	28
2.9	Model Penelitian.....	29
BAB III		30
METODE PENELITIAN.....		30
3.1	Desain Penelitian.....	30
3.2	Jenis dan Sumber Data	30
3.2.1	Jenis Data	30
3.2.2	Sumber Data.....	31
3.3	Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel	31
3.3.1	Populasi.....	31
3.3.2	Sampel.....	31
3.3.3	Teknik Pengambilan Sampel.....	32
3.4	Unit Analisis.....	32
3.5	Definisi Operasional Variabel	32
3.5.1	Definisi Variabel	32
3.6	Teknik Pengumpulan Sampel.....	35
3.7	Teknik Analisis Data	36
3.8	Uji Instrument.....	36

3.8.1	Uji Validitas	36
3.8.2	Uji Reliabilitas	36
3.9	Uji Asumsi Klasik	37
3.9.1	Uji Normalitas	37
3.9.2	Uji Heteroskedastisitas	37
3.9.3	Uji Multikolinieritas	38
3.10	Uji Hipotesis	38
3.10.1	Analisis Regresi Linear Berganda	38
3.10.2	Uji F (Signifikansi Simultan)	38
3.10.3	Uji Hipotesis Parsial (Uji t)	39
3.10.4	Koefisien Determinasi	40
BAB IV		41
HASIL PENELITIAN		41
4.1	Karakteristik Responden	41
4.1.1	Responden Berdasarkan Jurusan	41
4.1.2	Responden Berdasarkan Basis Kelas	42
4.1.3	Responden Berdasarkan Cabang Kampus	42
4.1.4	Responden Berdasarkan Usia	43
4.1.5	Responden Berdasarkan Penghasilan	44
4.2	Uji Validitas	44
4.3	Uji Reliabilitas	47
4.4	Analisis Deskriptif Penelitian	48
4.4.1	Label Halal (X1)	50
4.4.2	Religiusitas (X2)	51
4.4.3	EWOM (X3)	52
4.4.4	Minat Beli (Y)	53
4.5	Uji Asumsi Klasik	54
4.5.1	Uji Normalitas Data	54
4.5.2	Uji Multikolinieritas	54
4.5.3	Uji Heterokedastisitas	55

4.6	Uji Regresi Linier Berganda.....	56
4.7	Uji F.....	56
4.8	Uji t.....	57
4.9	Hasil Koefisien Determinasi (R^2).....	59
BAB V.....		60
PEMBAHASAN.....		60
5.1	Pengaruh Label Halal (X1) terhadap Minat Beli (Y).....	60
5.2	Pengaruh Religiusitas (X2) Terhadap Minat Beli (Y).....	60
5.3	Pengaruh EWOM (X3) Terhadap Minat Beli	61
5.4	Pengaruh Label Halal (X1), Religiusitas (X2) dan EWOM (X3) terhadap Minat Beli (Y)	62
5.5	Temuan Penelitian.....	62
5.6	Keterbatasan Penelitian	62
BAB VI.....		64
6.1	Kesimpulan.....	64
6.2	Saran.....	64
6.3	Implikasi Penelitian.....	65
6.3.1	Implikasi Teoritis	65
6.3.2	Implikasi Praktis	65
DATA REFERENSI.....		66

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Hasil Penelitian Terdahulu.....	21
Tabel 3.1 Definisi Operasional	33
Tabel 3.2 Pengukuran Skala Likert.....	33
Tabel 3.3 Nilai Alpha Cronbach	37
Tabel 3.4 Koefisien Determinasi dan Taksirannya.....	40
Tabel 4.1 Uji Validasi	40
Tabel 4.2 Uji Realibilitas	40
Tabel 4.3 Interpretasi Nilai Indeks	40
Tabel 4.4 Label Halal	40
Tabel 4.5 Religiusitas.....	40
Tabel 4.6 EWOM.....	40
Tabel 4.7 Minat Beli	40
Tabel 4.8 Uji Normalitas Data	40
Tabel 4.9 Uji Multikolinieritas.....	40
Tabel 4.10 Uji Regresi Linier Berganda	40
Tabel 4.11 Hasil Uji F.....	40
Tabel 4.12 Hasil Uji t.....	40
Tabel 4.13 Hasil Koefisien Determinasi (R^2)	40

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Pendapatan sektor kosmetika di Indonesia 2019	1
Gambar 1.2 Top Brand Index Kategori Produk Bedak Wajah	3
Gambar 1.3 Top Brand Index Kategori Produk Lipstik.....	3
Gambar 1.4 Faktor Pembelian Kosmetik di Indonesia 2017	6
Gambar 4.1 Responden Berdasarkan Jurusan.....	29
Gambar 4.2 Responden Berdasarkan Basis Kelas	29
Gambar 4.3 Responden Berdasarkan Cabang Kampus	29
Gambar 4.4 Responden Berdasarkan Usia.....	29
Gambar 4.5 Responden Berdasarkan Penghasilan.....	29
Gambar 4.6 Hasil Uji Heteroklesdastisitas	29

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	69
Lampiran 2 Tabulasi Data Karakteristik.....	75
Lampiran 3 Data Pre Test	76
Lampiran 4 Hasil Uji Validitas	77
Lampiran 5 Hasil Uji Reabilitas.....	81
Lampiran 6 Tabulasi Data 140 Responden	82
Lampiran 7 Hasil Uji Asumsi Klasik	87
Lampiran 8 Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	89