

# DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR BAGAN.....	vii
DAFTAR TABEL.....	viii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
1.5 Sistematika Penelitian.....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 <i>Customer Relations Management (CRM)</i> .....	7
2.2 Perilaku Konsumen.....	8
2.2.1 Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen.....	9
2.3 Kosmetik.....	13
2.3.1 Penggolongan Kosmetik.....	14
2.3.2 Persyaratan Kosmetik.....	17
2.4 Peran Brand Awareness.....	18

2.5 Citra Halal.....	18
2.5.1 Syarat Produk Halal Sesuai Dengan Syariat Islam.....	20
2.6 Kerangka Pemikiran.....	22
2.7 Definisi Konseptual.....	22

### BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian.....	24
3.2 Sumber Data.....	26
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	27
3.3.1 Data Primer.....	27
3.3.2 Data Sekunder.....	28
3.3.2.1 Narasumber.....	29
3.4 Keabsahan Data.....	30
3.5 Teknik Analisis Data.....	32

### BAB IV PEMBAHASAN

4.1 Sejarah Kosmetik Wardah.....	35
4.1.1 Visi PT Paragon Technology and Innovation.....	37
4.1.2 Misi PT Paragon Technology and Innovation.....	37
4.1.3 Struktur Organisasi PT Paragon Technology and Innovation.....	38
4.2 Hasil Penelitian.....	39
4.2.1 Kegiatan Program Wardah.....	42

4.2.2 Citra Halal Wardah.....	46
4.2.3 Halal Produk Wardah.....	48

## BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan.....	52
5.2 Saran.....	53

## DAFTAR PUSTAKA

## RIWAYAT HIDUP PENULIS

## LAMPIRAN WAWANCARA

## LAMPIRAN FOTO KEGIATAN *INSRING BEAUTY, BEAUTY CLASS,* DAN *HIJAB STYLE*