

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
PERSETUJUAN TIM PENGUJI	iv
NOTA DINAS.....	v
HALAMAN PERSETUJUAN.....	vi
PERSEMBAHAN.....	vii
MOTTO	viii
PEDOMAN TRANSLITERASI	ix
ABSTRAK	xii
ABSTRACT	xiii
KATA PENGANTAR.....	xiv
DAFTAR ISI.....	xvii
DAFTAR TABEL.....	xxi
DAFTAR GAMBAR.....	xxii

BAB I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	10
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	11
D. Sistematika Pembahasan	12

BAB II. KAJIAN PENELITIAN TERDAHULU, KERANGKA TEORI DAN HIPOTESIS

A. Kajian Penelitian Terdahulu.....	14
B. Kerangka Teori.....	31
1. <i>Islamic Branding</i>	31

a. Pengertian <i>Islamic Branding</i>	31
b. Pasar Produk Halal	35
c. Pengertian Kosmetik dan Kosmetik Halal	37
d. Indikator <i>Islamic Branding</i>	39
2. Periklanan.....	40
a. Pengertian Periklanan.....	40
b. Pentingnya Peran Iklan.....	41
c. <i>Celebrity Endorser</i>	41
d. Dimensi <i>Celebrity Endorser</i>	43
3. Teori Perilaku Konsumen.....	44
a. <i>Theory of Planned Behavior</i> (Teori Perilaku Direncanakan)....	44
b. Niat Berperilaku.....	47
c. Definisi Perilaku Konsumen	48
d. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen.....	50
e. Keputusan Pembelian Konsumen	53
f. Indikator Keputusan Pembelian Konsumen.....	55
4. Perilaku Konsumen Perspektif Ekonomi Islam.....	57
a. Perilaku Konsumen Perspektif Ekonomi Islam.....	57
b. Prinsip Konsumsi dalam Islam	58
c. Sasaran Konsumsi Bagi Konsumen Muslim	64
d. Batasan Konsumsi Bagi Konsumen Muslim	65
C. Hipotesis.....	68

BAB III. METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	77
B. Subjek dan Objek Penelitian	77
C. Lokasi dan Waktu Penelitian	77
D. Variabel dan Definisi Operasional Variabel	77
1. Variabel	77
2. Variabel Penelitian	78

E. Populasi, Sampel dan Teknik Penentuan Sampling.....	80
F. Instrumen Penelitian.....	81
G. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen	82
1. Uji Validitas	82
2. Uji Reliabilitas.....	85
H. Teknik Pengumpulan Data.....	85
I. Teknik Analisis Data.....	86
1. <i>Partial Least Square</i>	86
2. Pengukuran <i>Outer Model</i>	87
3. Pengukuran <i>Inner Model</i>	89

BAB IV. HASIL DAN ANALISIS PENELITIAN

A. Teknik Deskriptif Responden.....	90
1. Jumlah Penyebaran dan Tingkat Pengembalian Kuesioner.....	90
2. Responden Berdasarkan Usia	90
3. Responden Berdasarkan Asal Perguruan Tinggi	91
4. Responden Berdasarkan Jurusan yang Diambil	91
5. Responden Berdasarkan Semester yang Ditempuh	92
6. Responden Berdasarkan Iklan Kosmetik Halal	92
7. Responden Berdasarkan Merk Kosmetik Halal yang Digunakan ...	92
8. Responden Berdasarkan Jumlah Produk yang Dibeli.....	93
9. Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian.....	93
10. Responden Berdasarkan Lokasi Pembelian	94
B. Teknik Deskriptif Variabel.....	94
1. Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Islamic Branding</i>	95
2. Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Celebrity Endorser</i>	96
3. Tanggapan Responden Terhadap Variabel Sikap.....	97
4. Tanggapan Responden Terhadap Variabel Norma Subyektif	98
5. Tanggapan Responden Terhadap Variabel Persepsi Kontrol Perilaku.....	99

6. Tanggapan Responden Terhadap Variabel Niat	100
7. Tanggapan Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian Konsumen	101
C. Analisis Data PLS	103
1. Evaluasi <i>Measurment (Outer Model)</i>	103
a. Uji Validitas Konvergen.....	103
b. Validitas Diskriminan.....	109
c. Uji Reliabilitas.....	110
2. Evaluasi Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	110
D. Pengujian Hipotesis.....	113
1. Pengujian Hipotesis 1	113
2. Pengujian Hipotesis 2	114
3. Pengujian Hipotesis 3	114
4. Pengujian Hipotesis 4	115
5. Pengujian Hipotesis 5	116
6. Pengujian Hipotesis 6	116
E. Pembahasan Hasil Penelitian	117
BAB V. PENUTUP	
A. Kesimpulan	123
B. Saran	124
DAFTAR PUSTAKA	126
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.	Perbedaan dan Persamaan Penelitian, 27
Tabel 2.	Rangkuman Hipotesis, 75
Tabel 3.	Instrumen Penelitian, 81
Tabel 4.	Hasil Uji Validitas <i>Islamic Branding</i> , 83
Tabel 5.	Hasil Uji Validitas <i>Celebrity Endorser</i> , 83
Tabel 6.	Hasil Uji Validitas Sikap, 84
Tabel 7.	Hasil Uji Validitas Norma Subyektif, 84
Tabel 8.	Hasil Uji Validitas Persepsi Kontrol Perilaku, 84
Tabel 9.	Hasil Uji Validitas Niat, 84
Tabel 10.	Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian Konsumen, 84
Tabel 11.	Hasil Uji Reliabilitas, 85
Tabel 12.	Parameter Uji Validitas Dalam Model PLS, 88
Tabel 13.	Hasil Penyebaran dan Pengembalian Kuesioner, 90
Tabel 14.	Responden Berdasarkan Usia, 91
Tabel 15.	Responden Berdasarkan Asal Perguruan Tinggi, 91
Tabel 16.	Responden Berdasarkan Jurusan yang Diambil, 91
Tabel 17.	Responden Berdasarkan Semester yang Ditempuh, 92
Tabel 18.	Responden Berdasarkan Iklan Kosmetik Halal, 92
Tabel 19.	Responden Berdasarkan Merk Kosmetik Halal, 93
Tabel 20.	Responden Berdasarkan Jumlah Produk yang Dibeli, 93
Tabel 21.	Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian, 94
Tabel 22.	Responden Berdasarkan Lokasi Pembelian, 94
Tabel 23.	Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Islamic Branding</i> , 95
Tabel 24.	Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Celebrity Endorser</i> , 96
Tabel 25.	Tanggapan Responden Terhadap Variabel Sikap, 98
Tabel 26.	Tanggapan Responden Terhadap Variabel Norma Subyektif, 99
Tabel 27.	Tanggapan Responden Terhadap Variabel Persepsi Kontrol Perilaku, 100
Tabel 28.	Tanggapan Responden Terhadap Variabel Niat, 102
Tabel 29.	Tanggapan Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian, 102
Tabel 30.	Skor Loading Konstruk <i>Islamic Branding</i> , 105
Tabel 31.	Skor Loading Konstruk <i>Celebrity Endorser</i> , 105
Tabel 32.	Skor Loading Konstruk Sikap, 105
Tabel 33.	Skor Loading Konstruk Norma Subyektif, 105
Tabel 34.	Skor Loading Konstruk Persepsi Kontrol Perilaku, 105
Tabel 35.	Skor Loading Konstruk Niat, 106
Tabel 36.	Skor Loading Konstruk Keputusan Pembelian Konsumen, 106
Tabel 37.	AVE dan <i>Communality</i> , 106
Tabel 38.	<i>Discriminant Validity</i> , 109
Tabel 39.	<i>Cronbach's alpha</i> dan <i>Composite reliability</i> , 110
Tabel 40.	Tabel Koefisien Jalur (MEAN, STDEV < P-Value), 112

DAFTAR GAMBAR

- Gambar 1. Label Halal Pada Kemasan Produk, 35
Gambar 2. Model 5 Tahapan Proses Pengambilan Keputusan Pembelian, 54
Gambar 3. Kerangka Pemikiran Penelitian, 76
Gambar 4. Output Model Pengukuran Dengan PLS, 104
Gambar 5. Output Model Pengukuran Dengan PLS Konstruksi Dikeluarkan, 108
Gambar 6. Output Inner Model Pengukuran Dengan PLS, 111