

Daftar Isi

1

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN.....	ii
MOTTO	iii
ABSTRAK.....	iv
KATA PENGANTAR	vi
Daftar Isi	viii
Daftar Tabel	xi
Daftar Gambar	xiii
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah dan Rumusan Masalah.....	10
1.2.1 Identifikasi Masalah.....	10
1.2.2 Rumusan Masalah.....	11
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian.....	11
1.3.1 Maksud Penelitian	11
1.3.2 TujuanPenelitian	12
1.4 Kegunaan Penelitian.....	12
1.4.1 Kegunaan Praktis	12
1.4.2 Kegunaan Akademis	13
1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian	13
1.5.1 Lokasi Penelitian	13
1.5.2 Waktu Penelitian.....	13
KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	14
2.1 Kajian Pustaka.....	14
2.1.1 Label Halal.....	14
2.1.1.1 Definisi Label Halal	14
2.1.1.2 Prosedur Label Halal	15
2.1.1.4 Indikator Label Halal.....	16
2.1.2 Religiusitas	17
2.1.2.1 Definisi Religiusitas	17
2.1.2.2 Fungsi Religiusitas	18

2.1.2.3	Faktor Yang Mempengaruhi Religiusitas.....	19
2.1.2.4	Indikator Religiusitas	20
2.1.3	Keputusan Pembelian	21
2.1.3.1	Definisi Keputusan Pembelian	21
2.1.3.2	Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan pembelian.....	22
2.1.3.3	Proses Pengambilan Keputusan pembelian	25
2.1.3.4	Indikator Keputusan Pembelian	26
2.1.4	Penelitian Terdahulu	27
2.2	Kerangka Pemikiran.....	31
2.3	Hipotesis.....	35
	OBJEK DAN METODE PENELITIAN	36
3.1	Objek Penelitian	36
3.2	Metode Penelitian	36
3.3	Desain Penelitian.....	38
3.3.1	Operasional Variable	42
3.3.2	Sumber dan Teknik Penentuan Data.....	43
3.3.3	Teknik Penentuan Data.....	44
3.3.4	Teknik Pengumpulan Data.....	46
3.4	Pengujian Kualitas Alat Ukur Penelitian	47
3.4.1	Hasil Uji Validitas	47
3.4.2	Hasil Uji Reabilitas.....	51
3.4.3	Uji MSI	53
3.5	Rancangan Analisis dan Pengujian Hipotesis.....	55
3.5.1	Rancangan Analisis	55
3.5.1.1	Metode Analisis Deskriptif.....	55
3.5.1.2	Analisis Verifikatif (Kuantitatif)	56
3.5.2	Pengujian Hipotesis	63
	HASIL DAN PEMBAHASAN	68
4.1	Gambaran Umum Perusahaan.....	68
4.1.1	Sejarah Singkat Perusahaan	68
4.1.2	Profil Wardah Cosmetic.....	68
4.1.3	Visi dan Misi Perusahaan	70
4.1.4	Strategi Pemasaran Wardah Cosmetic.....	71
4.2	Karakteristik Responden	71

4.3	Analisis Deskriptif.....	73
4.3.1	Analisis Deskriptif Label Halal.....	74
4.3.2	Analisis Deskriptif Religiusitas	86
4.3.3	Analisis Deskriptif Keputusan Pembelian	97
4.4	Analisis Verifikatif.....	107
4.4.1	Analisis Regresi Linier Berganda.....	107
4.4.1.1	Uji Asumsi Klasik	109
4.4.2	Analisis Koefisien Korelasi.....	114
4.4.3	Analisis Koefisien Determinasi.....	116
4.5	Pengujian Hipotesis.....	118
4.5.1	Pengujian Hipotesis Parsial (Uji t)	118
4.5.2	Pengujian Hipotesis Simultan (Uji F)	121
	KESIMPULAN DAN SARAN	123
5.1	Kesimpulan	123
5.2	Saran.....	124
	DAFTAR PUSTAKA	126
	LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	130