

## DAFTAR ISI

SAMPUL DALAM.....	i
PERNYATAAN KEASLIAN .....	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	iii
PENGESAHAN .....	iv
PERSEMBAHAN .....	v
MOTTO .....	vi
ABSTRAK.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI .....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
DAFTAR TRANSLITERASI.....	xviii
<b>BAB I      PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah.....	8
C. Tujuan Penelitian.....	9
D. Kegunaan Hasil Penelitian.....	10
<b>BAB II     KAJIAN PUSTAKA.....</b>	<b>11</b>
A. Landasan Teori.....	11
1. Pemasaran ( <i>Marketing</i> ).....	11
2. Bauran Pemasaran ( <i>Marketing Mix</i> ).....	11

	3. Periklanan ( <i>Advertising</i> ) .....	14
	4. Label Halal .....	18
	5. Keputusan Pembelian .....	27
	B. Penelitian Terdahulu yang Relevan.....	37
	C. Kerangka Konseptual .....	39
	D. Hipotesis .....	41
<b>BAB III</b>	<b>METODE PENELITIAN</b> .....	43
	A. Jenis Penelitian.....	43
	B. Tempat dan Waktu Penelitian.....	44
	C. Populasi dan Sampel Penelitian .....	44
	D. Variabel Penelitian .....	47
	1. Variabel Bebas ( <i>Independent Variable</i> ).....	48
	2. Variabel Terikat( <i>Dependent Variable</i> ).....	48
	E. Definisi Operasional .....	49
	F. Uji Validitas dan Reliabilitas .....	53
	1. Uji Validitas .....	53
	2. Uji Reliabilitas .....	57
	G. Data dan Sumber Data .....	59
	1. Jenis Data .....	59
	2. Sumber Data .....	60
	H. Teknik Pengumpulan Data .....	61
	I. Teknik Analisis Data.....	63
	1. Uji Asumsi Klasik .....	65
	2. <i>Regresi Linier</i> Berganda .....	67
	3. Koefisien Determinasi .....	68

	4. Uji Hipotesis .....	68
<b>BAB IV</b>	<b>HASIL PENELITIAN .....</b>	<b>72</b>
	A. Deskripsi Umum Objek Penelitian .....	72
	1. Sejarah Kosmetik Wardah.....	72
	2. Visi dan Misi Perusahaan .....	75
	3. Karakteristik Responden .....	75
	4. Karakteristik Jawaban Responden .....	79
	B. Analisis Data .....	96
	1. Uji Asumsi Klasik .....	96
	2. Analisis <i>Regresi Linier</i> Berganda.....	100
	3. Uji Hipotesis .....	104
<b>BAB V</b>	<b>PEMBAHASAN.....</b>	<b>109</b>
	A. Pengaruh <i>Advertising</i> Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah di Yayasan Pondok Pesantren Putri An-Nuriyah.....	109
	B. Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah di Yayasan Pondok Pesantren Putri An-Nuriyah.....	115
	C. Pengaruh Secara Simultan <i>Advertising</i> dan Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah di Yayasan Pondok Pesantren Putri An-Nuriyah .....	120
<b>BAB VI</b>	<b>PENUTUP.....</b>	<b>124</b>
	A. Kesimpulan .....	124
	B. Saran .....	125

## DAFTAR PUSTAKA

## LAMPIRAN

## DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
3.1 Hasil Uji Validitas <i>Advertising</i> .....	55
3.2 Hasil Uji Validitas Label Halal .....	55
3.3 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian.....	56
3.4 Hasil Uji Reliabilitas .....	58
4.1 Usia Responden .....	77
4.2 Uang Saku Bulanan .....	78
4.3 Frekuensi Membeli Kosmetik Wardah 2 Bulan Terakhir .....	78
4.4 Saya mengetahui produk kosmetik Wardah di berbagai media iklan yang digunakan seperti televisi, majalah, catalog, internet, jejaring social dan <i>billboard</i> .....	79
4.5 Iklan kosmetik Wardah di berbagai media sangatlah efektif .....	80
4.6 Informasi yang disampaikan oleh kosmetik Wardah di berbagai media sangatlah jelas .....	80
4.7 Dengan adanya iklan Wardah di berbagai media, membuat saya menjadi tahu mengenai kegunaan produk ini .....	81
4.8 <i>Celebrity endorser</i> (bintan iklan) yang digunakan oleh Produk kosmetik Wardah dalam melakukan iklan sesuai dengan citra kosmetik Wardah sebagai kosmetik halal.....	81
4.9 Konsep iklan yang bernuansa islami sangat sesuai dengan <i>image</i> Wardah sebagai kosmetik halal.....	82
4.10 Jumlah frekuensi penayangan iklan produk kosmetik Wardah di berbagai media sangat jarang .....	83
4.11 Saya tidak begitu senang melihat iklan.....	83
4.12 Saya sering mengganti ke channel lain ketika waktunya iklan .....	84
4.13 Melihat iklan sekali sudah cukup untuk saya mengenal produk kosmetik Wardah .....	84

4.14	Wardah merupakan kosmetik wanita yang telah mendapatkan sertifikat halal dari MUI .....	85
4.15	Semua kemasan produk kosmetik Wardah terdapat label halal .....	85
4.16	Bahan-bahan yang digunakan oleh kosmetik Wardah tidak mengandung babi atau barang yang tidak halal lainnya .....	86
4.17	Adanya label halal pada kosmetik Wardah bisa menguntungkan konsumen dengan memberikan perlindungan dan kepastian hukum .....	86
4.18	Proses pembuatan kosmetik Wardah dilakukan dengan cara yang halal .....	87
4.19	Adanya label halal dapat menguntungkan produsen dengan peningkatan daya saing dan omset produksi dalam penjualan .....	87
4.20	Adanya label halal dapat menguntungkan pemerintah dengan mendapatkan tambahan pemasukan terhadap kas Negara .....	88
4.21	Sertifikat Halal dikeluarkan oleh Majelis Ulama Indonesia setelah ditetapkan status kehalalannya oleh Komisi Fatwa MUI .....	88
4.22	Adanya label halal pada kosmetik Wardah menghapus keraguan anda untuk menggunakan/memakai kosmetik Wardah .....	89
4.23	Merek Wardah adalah merek kosmetik yang mendapatkan sertifikat halal pertama kali dari Majelis Ulama Indonesia .....	90
4.24	Informasi yang saya lihat dari iklan televisi, majalah, katalog, <i>billboard</i> , internet dan jejaring sosial mempengaruhi keputusan saya dalam membeli kosmetik Wardah .....	90
4.25	Adanya label halal mempengaruhi keputusan saya dalam membeli kosmetik Wardah .....	91
4.26	Informasi yang saya dapat dari teman mempengaruhi keputusan saya untuk membeli kosmetik Wardah .....	91
4.27	Konsep iklan produk kosmetik Wardah di berbagai media mempengaruhi keputusan saya dalam membeli kosmetik Wardah .....	92
4.28	<i>Celebrity endorser</i> (bintang iklan) Wardah (Inneke Koesharawaty, Dian Pelangi, Marshanda, dan Dewi Sandra) sangat mempengaruhi keputusan saya dalam membeli kosmetik Wardah .....	93
4.29	Harga kosmetik Wardah cukup terjangkau dan mempengaruhi keputusan saya dalam membeli kosmetik Wardah .....	93

4.30	Kemasan produk kosmetik Wardah mempengaruhi keputusan saya dalam membeli kosmetik Wardah .....	94
4.31	Variasi produk kosmetik Wardah mempengaruhi keputusan saya dalam membeli kosmetik Wardah .....	94
4.32	Tempat/ gerai Wardah yang mudah dijangkau, mempengaruhi keputusan saya dalam membeli kosmetik Wardah .....	95
4.33	Saya membeli produk kosmetik Wardah karena kebutuhan .....	95
4.34	Hasil Uji Multikolinearitas .....	98
4.35	Hasil Uji Spearman's Rho .....	99
4.36	Hasil Analisis Regresi Linear Berganda .....	101
4.37	Hasil Analisis Determinasi .....	103
4.38	Hasil Uji T .....	104
4.39	Hasil Uji F .....	107

## DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
2.1 Label Halal pada Kemasan Produk Kosmetik Wardah .....	23
2.2 Proses Keputusan Pembelian .....	30
2.3 Kerangka Konseptual.....	40
3.1 Pengaruh Variabel Independen Terhadap Variabel Dependen.....	49
4.1 Kurva Normal Q-Q Plot Hasil Uji Normalitas .....	97