DAFTAR ISI

SAMPUL DALAM i

PERNYATAAN KEASLIAN ii

PERSETUJUAN PEMBIMBING iii

PENGESAHAN iv

ABSTRAK v

KATA PENGANTAR vi

DAFTAR ISI viii

DAFTAR TABEL xi

DAFTAR GAMBAR xii

DAFTAR TRANSLITERASI xiii

BABI PENDAHULUAN 1

A. Latar Belakang Masalah 1
B. Rumusan Masalah 6
C. Tujuan Penelitian 7
D. Kegunaan Hasil Penelitian 7

BAB II KAJIAN PUSTAKA 9

A. Landasan Teori 9
   1. Perilaku Konsumen. 9
   2. Kelompok Referensi. 12
   3. Keluarga. 15
   4. Kehalalan Produk. 18
   5. Pengambilan Keputusan. 23
B. Penelitian Terdahulu yang Relevan 27
C. Kerangka Konseptual 31

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

D. Hipotesis 31

BAB III METODE PENELITIAN 32

A. Jenis Penelitian 32
B. Tempat dan Waktu Penelitian 32
C. Populasi dan Sampel Penelitian 33
D. Variabel Penelitian 34
1. Variabel Bebas. 34
2. Variabel Terikat. 34
E. Definisi Operasional 34
F. Uji Validitas dan Reliabilitas 36
G. Jenis dan Sumber Data. 39
1. Data Primer. 39
2. Data Sekunder. 40
H. Teknik Pengumpulan Data. 40
I. Teknik Analisis Data. 41
1. Uji Asumsi Klasik. 41
2. Regresi Linier Berganda. 42

BAB IV HASIL PENELITIAN 45

A. Deskripsi Umum Objek Penelitian 45
1. Sejarah Kosmetik Wardah. 45
2. Visi dan Misi Perusahaan. 46
3. Lokasi Penelitian. 47
4. Karakteristik Responden. 47
B. Analisis Data 48
1. Validitas dan Reliabilitas Penelitian. 48
a. Uji Validitas. 48
b. Uji Reliabilitas. 52
2. Uji Asumsi Klasik. 53

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

3. Analisis Regresi Linier Berganda. 58
a. Koefisien Determinasi 60
b. Uji Hipotesis. 61
BAB V PEMBAHASAN. 67
A. Pengaruh Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah Kosmetik diMatahari Lippo Plaza Sidoarjo ... 67
B. Pengaruh Keluarga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah Kosmetik di Matahari Lippo Plaza Sidoarjo 68
C. Pengaruh Kehalalan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah Kosmetik di Matahari Lippo Plaza Sidoarjo. . 70
D. Pengaruh Kelompok Referensi, Keluarga dan Kehalalan Produk secara simultan terhadap keputusan pembelian produk kosmetik Wardah di Matahari Lippo Plaza Sidoarjo. 71
BAB VI PENUTUP. 74
A. Kesimpulan. 74
B. Saran. 76
DAFTAR PUSTAKA 77
LAMPIRAN 80

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id