

DAFTAR ISI

RIWAYAT HIDUP

ABSTRAK

KATA PENGANTAR..... i

DAFTAR ISI..... iii

DAFTAR TABEL vi

DAFTAR GAMBAR..... ix

BAB I PENDAHULUAN..... 1

A. Latar Belakang Masalah 1

B. Identifikasi Masalah 9

C. Rumusan Masalah Penelitian 10

D. Tujuan Penelitian..... 11

E. Kegunaan Penelitian..... 11

F. Kerangka Pemikiran 12

G. Hipotesis Penelitian..... 19

BAB II TINJAUAN PUSTAKA..... 21

A. Manajemen 21

B. Pemasaran..... 23

C. Manajemen Pemasaran..... 24

D. Label..... 27

E. Label Halal 29

1. Pengertian Halal..... 29

2. Sertifikasi Label Halal 31

F. *Celebrity Endorser* 33

1. Peran *Celebrity Endorser* 35

2. Kriteria *celebrity endorser* 36

G. Keputusan Pembelian 37

1. Faktor Keputusan Pembelian 38

2. Proses Keputusan Pembelian 41

BAB III METODOLOGI PENELITIAN 44

A. Metode Penelitian..... 44

B. Populasi dan Sampel 45

1. Populasi.....	45
2. Sampel.....	46
3. Teknik Pengambilan Sampel	46
C. Jenis Data dan Sumber Data.....	47
1. Jenis Data.....	48
2. Sumber Data.....	48
D. Jenis Variabel dan Operasional Variabel	49
E. Teknik Pengumpulan Data	52
1. <i>Interview</i> (Wawancara).....	52
2. Kuisisioner (Angket).....	53
3. Observasi	54
F. Analisis Data	55
1. Uji Validitas (<i>Validity</i>)	55
2. Uji Reliabilitas (<i>Reliability</i>).....	55
3. Uji Regresi Berganda.....	56
4. Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji T).....	56
5. Pengujian Koefisien secara simultan (Uji F)	57
6. Koefisien Determinan (R^2).....	58
H. Jadwal Penelitian	59
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	59
A. Gambaran Umum Tentang Perusahaan.....	60
1. Sejarah Singkat Perusahaan	60
2. Visi dan Misi PT. Paragon <i>Technology and Innovation</i>	62
3. Stuktur Organisasi PT. Paragon <i>Technology and Innovation</i>	63
B. Hasil Penelitian	64
1. Pengujian Instrumen Penelitian	64
2. Analisis Karakteristik Responden	65
C. Pengolahan Data Deskriptif	67
1. Tanggapan Responden Mengenai Label Halal (X1).....	68
2. Tanggapan Responden Mengenai <i>Celebrity Endorser</i> (X1).....	78
3. Tanggapan Responden Mengenai Keputusan Pembelian	89
D. Hasil Analisis Data.....	100

1. Uji Validitas	100
2. Uji Reliabilitas	102
3. Uji Regresi Berganda	104
4. Uji Hipotesis.....	106
E. Pembahasan	110
1. Pengaruh Label Halal (X1) Terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	110
2. Pengaruh <i>Celebrity Endorser</i> (X2) Terhadap Keputusan Pembelian(Y).	112
3. Pengaruh Label Halal (X1) dan <i>Celebrity Endorser</i> (X2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)	114
BAB V KESIMPULAN	Error! Bookmark not defined.
A. Kesimpulan.....	Error! Bookmark not defined.
B. Saran.....	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR PUSTAKA	120
LAMPIRAN-LAMPIRAN	123



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Daftar Produk Bersertifikasi Halal	3
Tabel 1.2. Persentase Pangsa Pasar Penjualan Produk Kosmetik DiIndonesia....	5
Tabel 1.3. Data Pengunjung <i>Store</i> Wardah di Bandung Timur.....	7
Tabel 1.4. Hasil Mini Survey	8
Tabel 1.5. Penelitian Terdahulu.....	15
Tabel 3.1. Variabel Operasional.....	50
Tabel 3.2. Jumlah Populasi	53
Tabel 3.3. Skoring Skala <i>Likert</i>	53
Tabel 3.4. Jadwal Penelitian.....	58
Tabel 4.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	65
Tabel 4.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Produk.....	65
Tabel 4.3. Profil Responden Berdasarkan Lokasi	66
Tabel 4.4. Pernyataan 1	67
Tabel 4.5. Pernyataan 2	68
Tabel 4.6. Pernyataan 3	69
Tabel 4.7. Pernyataan 4	69
Tabel 4.8. Pernyataan 5	70
Tabel 4.9. Pernyataan 6	71
Tabel 4.10. Pernyataan 7	72
Tabel 4.11. Pernyataan 8	72
Tabel 4.12. Pernyataan 9	73
Tabel 4.13. Pernyataan 10	74
Tabel 4.14. Rekapitulasi Skor Jawaban Label Halal (X1)	75

Tabel 4.15. Pernyataan 11	77
Tabel 4.16. Pernyataan 12	78
Tabel 4.17. Pernyataan 13	79
Tabel 4.18. Pernyataan 14	79
Tabel 4.19. Pernyataan 15	80
Tabel 4.20. Pernyataan 16	81
Tabel 4.21. Pernyataan 17	82
Tabel 4.22. Pernyataan 18	83
Tabel 4.23. Pernyataan 19	84
Tabel 4.24. Pernyataan 20	85
Tabel 4.25. Rekapitulasi Skor Jawaban <i>Celebrity Endorser</i> (X2)	87
Tabel 4.26. Pernyataan 21	88
Tabel 4.27. Pernyataan 22	88
Tabel 4.28. Pernyataan 23	89
Tabel 4.29. Pernyataan 24	90
Tabel 4.30. Pernyataan 25	90
Tabel 4.31. Pernyataan 26	91
Tabel 4.32. Pernyataan 27	92
Tabel 4.33. Pernyataan 28	92
Tabel 4.34. Pernyataan 29	93
Tabel 4.35. Pernyataan 30	94
Tabel 4.36. Rekapitulasi Skor Jawaban Keputusan Pembelian (Y)	95
Tabel 4.37. Hasil Uji Validitas Variabel Label Halal(X1)	97
Tabel 4.38. Hasil Uji Validitas Variabel <i>Celebrity Endorser</i> (X1)	97
Tabel 4.39. Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)	98

Tabel 4.40. Hasil Uji Reliabilitas Label Halal (X1).....	99
Tabel 4.41. Hasil Uji Reliabilitas <i>Celebrity Endorser</i> (X2).....	99
Tabel 4.42. Hasil Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian (Y).....	100
Tabel 4.43. Hasil Uji Regresi Berganda.....	101
Tabel 4.44. Hasil Uji Hipotesis Secara Parsial(Uji t).....	103
Tabel 4.45. Hasil Uji Hipotesis Secara Simultan (Uji F)	105
Tabel 4.46. Hasil Uji Koefisien Determinasi (<i>R Square</i>).....	106



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. <i>Celebrity Endorser</i> Wardah Beauty.....	6
Gambar 1.2. Kerangka Pemikiran	15
Gambar 2.1. Proses Keputusan Pembelian.....	43
Gambar 4.1. Logo Perusahaan dan Logo Wardah.....	59
Gambar 4.2. Struktur Organisasi	62
Gambar 4.3. Garis Kontinum Label Halal.....	76
Gambar 4.4. Garis Kontinum <i>Celebrity Endorser</i>	86
Gambar 4.5. Garis Kontinum Keputusan Pembelian	95

