

## DAFTAR ISI

<b>SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI .....</b>	<b>ii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Penelitian .....	1
B. Rumusan Masalah .....	18
C. Tujuan dan Kontribusi Penelitian.....	18
1. Tujuan Penelitian.....	18
2. Kontribusi Penelitian .....	18
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA, RERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS</b>	
A. Kajian Pustaka.....	20
2.1. Definisi Perilaku Konsumen .....	20

2.2. Keputusan Pembelian .....	29
2.3. Label Halal .....	37
2.4. Kualitas Produk .....	41
2.5. <i>Electronic Word of Mouth (EWOM)</i> .....	47
2.6. Hubungan Antar Variabel .....	49
2.7. Ringkasan Penelitian Terdahulu.....	52
B. Rerangka Penelitian .....	57
C. Hipotesis Penelitian.....	58
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
A. Waktu dan Tempat Penelitian.....	59
B. Desain Penelitian.....	59
C. Definisi dan Operasionalisasi Variabel.....	60
1. Definisi Variabel .....	60
2. Operasional Variabel .....	63
D. Populasi dan Sampel Penelitian .....	66
1. Populasi .....	66
2. Sampel .....	66
E. Teknik Pengumpulan Data.....	67
F. Pengukuran Variabel.....	68
G. Jenis Data Penelitian .....	68

H.	Metode Analisis Data.....	69
1.	IBM SPSS <i>Statistic</i> .....	69
A.	Analisis Deskriptif ( <i>Descriptive Analysis</i> ).....	69
2.	SEM ( <i>Structural Equation Modeling</i> )-PLS ( <i>Partial Least Square</i> ) .....	70
A.	Evaluasi <i>Measurement (outer)</i> Model .....	71
a)	<i>Covergent Validity</i> .....	71
b)	<i>Discriminant validity</i> .....	71
c)	<i>Composite Reability</i> .....	72
B.	Pengujian Model Struktural atau uji Hipotesis ( <i>Inner Model</i> ).....	73
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN</b>		
A.	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	74
B.	Statistik Deskriptif.....	76
1.	Usia Responden.....	76
2.	Pekerjaan Responden .....	77
3.	Pengeluaran Per Bulan Responden.....	78
4.	Lamanya Menggunakan Kosmetik Make Over.....	79
C.	Deskriptif Jawaban Responden.....	80
1.	Variabel Label Halal.....	80
2.	Variabel Kualitas Produk .....	81
3.	Variabel <i>Electronic Word of Mouth (EWOM)</i> .....	82

4.	Variabel Keputusan Pembelian .....	83
D.	Metode Analisis Data Partial Least Square (PLS).....	84
1.	Evaluasi Measurement ( <i>outer</i> ) Model.....	85
a.	<i>Covergent Validity</i> .....	85
b.	<i>Discriminant validity</i> .....	88
c.	<i>Average Variance Extracted (AVE)</i> .....	90
d.	Uji Reabilitas ( <i>Composite Realibility</i> ) dan <i>Cronbach's Alpha</i> .....	90
2.	Pengujian Model Struktural atau Uji Hipotesis ( <i>Inner Model</i> ) .....	91
a.	Nilai R-square.....	92
b.	<i>Goodness of Fit Model</i> .....	92
c.	Hasil Pengujian Hipotesis (Estimasi Koefisien Jalur).....	93
E.	Pembahasan.....	96
1.	Pengaruh <i>Electronic Word of Mouth (EWOM)</i> Terhadap Keputusan Pembelian .....	96
2.	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	97
3.	Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian .....	99
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b>		
A.	Kesimpulan.....	102
B.	Saran.....	103
DAFTAR PUSTAKA .....		105
LAMPIRAN .....		111