

## DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
PENINGKATAN MINAT BELI KOSMETIK WARDAH MELALUI LABEL HALAL, <i>CELEBRITY ENDORSER</i> DAN SIKAP TERHADAP IKLAN DENGAN <i>BRAND IMAGE</i> SEBAGAI VARIABEL INTERVENING .....	ii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI .....	iv
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARTA ILMIAH .....	v
MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....	vi
KATA PENGANTAR .....	viii
INTISARI.....	xii
DAFTAR TABEL .....	xvii
DAFTAR GAMBAR.....	xviii
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	8
2.1. Label Halal .....	8
2.2. <i>Celebrity Endorser</i> .....	9
2.3. Sikap pada Iklan .....	11
2.4. <i>Brand Image</i> .....	12
2.5. Minat Beli.....	13
2.6. Pengembangan Hipotesis .....	14
2.6.1. Pengaruh Label Halal terhadap <i>Brand Image</i> .....	14
2.6.2. Pengaruh Label Halal terhadap Minat Beli .....	15
2.6.3. Pengaruh <i>Celebrity Endorser</i> terhadap <i>Brand Image</i> .....	16
2.6.4. Pengaruh <i>Celebrity Endorser</i> terhadap Minat Beli .....	17
2.6.5. Pengaruh Sikap terhadap Iklan pada Minat Beli.....	19
2.6.6. Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap Minat Beli.....	20

2.7.	Model Empirik .....	21
BAB III METODE PENELITIAN .....		23
3.1.	Jenis Penelitian .....	23
3.2.	Populasi dan Sampel .....	23
3.2.1.	Populasi .....	23
3.2.2.	Sampel .....	23
3.3.	Sumber dan Jenis Data .....	24
3.3.1.	Primer .....	25
3.3.2.	Sekunder .....	25
3.4.	Metode Pengumpulan Data .....	25
3.5.	Variabel dan Indikator .....	26
3.6.	Teknik Analisis .....	28
3.6.1.	Uji Instrumen .....	28
3.6.2.	Uji Asumsi Klasik .....	29
3.6.3.	Uji Hipotesis .....	31
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....		34
4.1.	Deskripsi Responden .....	34
4.1.1.	Umur Responden .....	34
4.1.2.	Tingkatan Semester .....	35
4.1.3.	Mulai Menggunakan Produk .....	35
4.2.	Deskripsi Variabel .....	36
4.2.1.	Statistik Deskriptif Variabel Label Halal .....	38
4.2.2.	Statistik Deskriptif Variabel <i>Celebrity Endoser</i> .....	39
4.2.3.	Statistik Deskriptif Variabel Sikap Terhadap Iklan .....	41
4.2.4.	Statistik Deskriptif Variabel <i>Brand Image</i> .....	43
4.2.5.	Statistik Deskriptif Variabel Minat Beli .....	44
4.3.	Uji Instrumen .....	46
4.3.1.	Uji Validitas .....	46
4.3.2.	Uji Reliabilitas .....	47
4.3.3.	Uji Asumsi Klasik .....	48
4.4.	Uji Hipotesis .....	50

4.4.1	Analisis Regresi Linier Berganda .....	50
4.4.2	Uji Goodness of Fit .....	51
4.4.3	Uji t .....	52
4.4.4	Koefisien determinasi ( $R^2$ ) .....	54
4.4.5	Sobel Test.....	55
4.5.	Pembahasan .....	56
BAB V .....		65
PENUTUP.....		65
5.1	Simpulan.....	65
5.2	Implikasi Manajerial.....	66
5.3	Keterbatasan Penelitian .....	67
5.4	Agenda Penelitian Mendatang.....	67
LAMPIRAN.....		72

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1. Data Top Brand Index Fase 1 Kosmetik Di Indonesia Dalam Kategori Foundation.....	3
Tabel 3. 1. Variabel dan Indikator .....	26
Tabel 4. 1. Umur Responden.....	34
Tabel 4. 2. Tingkatan Semester.....	35
Tabel 4. 3. Mulai Menggunakan Produk.....	36
Tabel 4. 4. Nilai Indeks Jawaban Dari Variabel Label Halal.....	38
Tabel 4. 5. Nilai Indeks Jawaban Dari Variabel <i>Celebrity Endoser</i> .....	39
Tabel 4. 6. Nilai Indeks Jawaban Dari Variabel Sikap Terhadap Iklan.....	41
Tabel 4. 7. Nilai Indeks Jawaban Dari Variabel <i>Brand Image</i> .....	43
Tabel 4. 8. Nilai Indeks Jawaban Dari Variabel Minat Beli .....	44
Tabel 4. 9. Uji Validitas Data .....	46
Tabel 4.10. Uji Reliabilitas .....	47
Tabel 4.11. Uji Regresi Linier Berganda .....	50
Tabel 4.12. Uji Goodness of Fit Model Persamaan Regresi .....	51
Tabel 4.13. Estimasi Parameter Untuk Jalur Efek Tidak Langsung (Sobel Test). 55	

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1. Model Empirik .....	21
----------------------------------	----