

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	i
LEMBAR PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME	ii
LEMBAR PEDOMAN TRANSLITERASI.....	iii
ABSTRAK	iv
RIWAYAT HIDUP PENELITI.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Tujuan Penelitian.....	10
D. Manfaat Penelitian.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
A. Landasan Teori	12
1. Teori Harga.....	12
2. Teori Perilaku Konsumen Muslim.....	17
3. <i>Teori Digital Marketing</i>	24
4. Keputusan Pembelian Konsumen.....	30
B. Kajian Penelitian Terdahulu	37
C. Kerangka Berpikir	41
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	45
A. Metode dan Pendekatan.....	45
B. Jenis dan Sumber Data	46
C. Populasi dan Sempel	46
1. Populasi	46
2. Sampel.....	47
D. Operasional Variabel	48
E. Teknik Pengumpulan Data	51
F. Teknik Analisis Data.....	52

G. Tempat dan Waktu Penelitian	58
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	60
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	60
1. Glad2Glow	60
2. Profile Responden	62
B. Deskripsi Data Responden	72
1. Uji Validitas dan Realibilitas	72
2. Uji Asumsi Klasik.....	76
3. Analisis Regresi Linier Berganda.....	82
4. Uji Hipotesis.....	84
C. Pembahasan Hasil Penelitian.....	88
BAB V PENUTUP	95
A. Kesimpulan.....	95
B. Saran	97
DAFTAR PUSTAKA	99
LAMPIRAN	104



DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	38
Tabel 3. 1 Operasional Variabel	49
Tabel 4. 1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	67
Tabel 4. 2 Responden Berdasarkan Usia.....	68
Tabel 4. 3 Responden Berdasarkan Domisili	68
Tabel 4. 4 Responden Berdasarkan Uang Saku	70
Tabel 4. 5 Responden Berdasarkan Pekerjaan	71
Tabel 4. 6 Hasil Uji Validitas Variabel Harga (X1).....	73
Tabel 4. 7 Hasil Uji Validitas Variabel Sertifikasi Halal (X2).....	73
Tabel 4. 8 Hasil Uji Validitas Variabel Digital Marketing (X3).....	74
Tabel 4. 9 Hasil Uji Rabilitas	75
Tabel 4. 10 Hasil Uji Normalitas.....	77
Tabel 4. 11 Hasil Uji Multikolinieritas.....	79
Tabel 4. 12 Hasil Uji Regresi Berganda.....	82
Tabel 4. 13 Hasil Uji t	85
Tabel 4. 14 Hasil Uji f.....	87
Tabel 4. 15 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	88

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Konsumen Kosmetik Halal	2
Gambar 2. 1 Grafik Penetapan Harga	15
Gambar 2. 2 Tahapan Proses Pengambilan Keputusan	33
Gambar 2. 3 Model Pengambilan Keputusan	34
Gambar 2. 4 Kerangka Berpikir	42
Gambar 4. 1 Logo Glad2Glow	61
Gambar 4. 2 All Varia Glad2Glow	62
Gambar 4. 3 Histogram pad Uji Normalitas	78
Gambar 4. 4 P.p pada Uji Normalitas.....	78
Gambar 4. 5 Hasil Uji Heteroskedastisitas	81

