

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN.....	ii
LEMBAR PLAGIARISME	iii
RIWAYAT HIDUP	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Penelitian.....	1
B. Identifikasi Masalah	10
C. Ruang Lingkup dan Batasan Masalah	11
D. Rumusan Masalah	12
E. Tujuan Penelitian.....	12
F. Manfaat penelitian	13
G. Jadwal Penelitian.....	15
H. Sistemastika Penulisan Skripsi.....	16
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	18
A. Konsep dan Teori	18

B. Kajian Penelitian Terdahulu.....	49
C. Kerangka Berpikir.....	53
D. Hipotesis	59
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	60
A. Metode dan Pendekatan	60
B. Jenis dan Sumber data.....	62
C. Populasi dan Sampel	63
D. Operasional Variabel Penelitian	67
E. Teknik Pengumpulan Data	70
F. Teknik Analisis Data	72
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	84
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	84
B. Analisis Statistik Deskriptif	85
C. Uji Instrumen	91
D. Pembahasan.....	106
BAB V PENUTUP.....	118
A. Simpulan	118
B. Saran	119
DAFTAR PUSTAKA	122
LAMPIRAN.....	126



DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	50
Tabel 2. 2 Tabel Hipotesis	59
Tabel 3. 1Jumlah Mahasiswa Manajemen UIN Sunan Gunung Djati Bandung Angkatan Tahun 2021-2024	64
Tabel 3. 2 Operasional Variabel	69
Tabel 3. 3 Skala Likert	71
Tabel 3. 4 Klasifikasi Koefisien Reliabilitas.....	74
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden	85
Tabel 4. 2 Tanggapan Responden mengenai <i>Islamic Maketing Strategy</i>	86
Tabel 4. 3 Tanggapan Responden mengenai Brand Ambassador.....	88
Tabel 4. 4 Tanggapan Responden mengenai Keputusan Pembelian	90
Tabel 4. 5 Uji Validitas X1	92
Tabel 4. 6 Uji Validitas X2	92
Tabel 4. 7 Uji Validitas Y	93
Tabel 4. 8 Uji Reliabilitas X1	94
Tabel 4. 9 Uji Reliabilitas X2.....	95
Tabel 4. 10 Uji Reliabilitas Y	95
Tabel 4. 11 One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	97
Tabel 4. 12 Uji Multikolinearitas	98
Tabel 4. 13 Uji Korelasi	100
Tabel 4. 14 Analisis Regresi Linear Berganda	101
Tabel 4. 15 Uji-t	103
Tabel 4. 16 Uji-F	104
Tabel 4. 17 Koefisien Determinasi.....	105

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Fenomena Peningkatan Minat Kosmetik Di Indonesia.....	1
Gambar 1. 2 Data kenailan penjualan kosmetik Wardah	4
Gambar 1. 3 <i>Brand Ambassador</i> kosmetik Wardah	6
Gambar 1. 4 Brand Makeup Pesaing Wardah	7
Gamber 2. 1 Kerangka Berfikir.....	58
Gambar 4. 1 Logo Wardah	85
Gambar 4. 2 Uji Normalitas Histogram	96
Gambar 4. 3 P-Plot.....	96
Gambar 4. 4 Uji Heteroskedastisitas.....	99

