

DAFTAR ISI

ABSTRAK

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN SKIPSI

LEMBAR PERSETUJUAN

LEMBAR PENGESAHAN

KATA PENGANTAR

DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL

DAFTAR GAMBAR

BAB I PENDAHULUAN

- A. Latar Belakang
- B. Rumusan Masalah
- C. Tujuan Penelitian
- D. Manfaat Hasil Penelitian
- E. Kerangka Berpikir
- F. Hipotesis
- G. Hasil Penelitian Terdahulu

BAB II LANDASAN TEORI

- A. Promosi Digital Marketing
 - 1. Promosi
 - 2. Digital marketing
- B. Persepsi Labelisasi Halal
 - 1. Persepsi
 - 2. Labelisasi
 - 3. Halal
 - 4. Labelisasi Halal
- C. Keputusan Pembelian
 - 1. Keputusan Pembelian



BAB III METODELOGI PENELITIAN

- A. Pendekatan dan Metodologi Penelitian
- B. Populasi dan Sampel
 - 1. Populasi
 - 2. Sampel
- C. Jenis dan Sumber Data
 - 1. Data Primer
 - 2. Data Sekunder
- D. Teknik Pengumpulan Data
 - 1. Kuesioner (angket)
 - 2. Dokumentasi
- E. Operasional Variabel
- F. Teknik Analisis Data
 - 1. Uji Kualitas Data
 - 2. Analisis Regresi Logistik
 - 3. Uji Hipotesis

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

- A. Deskripsi Data
 - 1. Gambaran Umum Scarlett Whitening
 - 2. Profil Responden
- B. Pengujian Hasil Hipotesis
 - 1. Uji Validitas dan Reliabilitas
 - 2. Deskripsi Data Responden
 - 3. Analisis Regresi Logistik
- C. Pembahasan Hasil Penelitian

BAB V PENUTUP

- A. Simpulan
- B. Saran

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

- Tabel 1. 1 Penelitian Terdahulu
- Tabel 2. 1 Perbedaan antara Pemasaran Tradisional dengan Pemasaran Digital
- Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel
- Tabel 4. 1 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin
- Tabel 4. 2 Data Responden Berdasarkan Usia
- Tabel 4. 3 Data Responden Berdasarkan Fakultas
- Tabel 4. 4 Data Responden Berdasarkan Pendapatan Uang Saku
- Tabel 4. 6 Data Berdasarkan Pengetahuan Produk Scarlett Whitening melalui Media Digital
- Tabel 4. 8 Hasil Uji Validitas Variabel Promosi Digital Marketing (X1)
- Tabel 4. 9 Hasil Uji Validitas Variabel Persepsi Labelisasi Halal (X2)
- Tabel 4. 10 Hasil Uji Reliabilitas
- Tabel 4. 11 Distribusi Item Variabel Promosi Digital Marketing
- Tabel 4. 12 Distribusi Item Persepsi Labelisasi Halal
- Tabel 4. 13 Keputusan Pembelian (Ya dan Tidak)
- Tabel 4. 14 Hosmer and Lemeshow's
- Tabel 4. 15 Likelihood Sebelum Memasukkan Variabel Independen
- Tabel 4. 16 Likelihood Setelah Memasukkan Variabel Independen
- Tabel 4. 17 Model Summary
- Tabel 4. 18 Klasifikasi Model
- Tabel 4. 19 Uji Wald
- Tabel 4. 20 Uji Omnibus Test

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Tingkat Kehalalan Produk Bagi Konsumen Muslim

Gambar 1. 2 Kerangka Berpikir

Gambar 2. 1 Logo Halal MUI

Gambar 4. 1 Logo Scarlett Whitening

Gambar 4. 2 Body Series Scarlett Whitening

Gambar 4. 3 Face Care Series Scarlett Whitening

Gambar 4. 4 Hair Care Scarlett Whitening

