

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PERSETUJUAN.....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME.....</b>	<b>ii</b>
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI.....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>v</b>
<b>RIWAYAT HIDUP.....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB 1 PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
<b>A. Latar Belakang Masalah.....</b>	<b>1</b>
<b>B. Identifikasi dan Rumusan Masalah .....</b>	<b>5</b>
<b>C. Tujuan Penelitian .....</b>	<b>6</b>
<b>D. Manfaat Penelitian .....</b>	<b>6</b>
1. Manfaat Teoritis.....	6
2. Manfaat Praktis .....	6
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>8</b>
<b>A. Penelitian Terdahulu.....</b>	<b>8</b>
<b>B. Konsep Dan Teori .....</b>	<b>17</b>
1. Labelisasi Halal.....	17
2. Label Badan Pengawasan Obat dan Makanan (BPOM).....	22
3. Keputusan Pembelian.....	23
4. Skincare .....	29
<b>C. Kerangka Berfikir.....</b>	<b>32</b>

<b>D. Hipotesis</b> .....	<b>33</b>
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b> .....	<b>35</b>
<b>A. Metode Dan Pendekatan Penelitian</b> .....	<b>35</b>
<b>B. Jenis Dan Sumber Data</b> .....	<b>35</b>
<b>C. Populasi Dan Sampel</b> .....	<b>36</b>
<b>D. Operasional Variabel</b> .....	<b>38</b>
1. Variabel Bebas ( Variabel Independen ).....	38
2. Variabel Terikat (Variabel Dependen) .....	38
<b>E. Teknik Pengumpulan Data</b> .....	<b>39</b>
<b>F. Teknik Analisis Data</b> .....	<b>41</b>
1. Analisis Deskriptif .....	41
2. Analisis Data.....	41
3. Uji Asumsi Klasik.....	42
4. Uji Hipotesis .....	43
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b> .....	<b>47</b>
<b>A. Hasil Penelitian</b> .....	<b>47</b>
1. Deskripsi Data.....	47
2. Analisis Deskriptif .....	48
3. Hasil Analisis Deskriptif.....	50
4. Hasil Analisis Data .....	51
5. Uji Hipotesis .....	63
<b>B. Pembahasan</b> .....	<b>69</b>
1. Pengaruh Label Halal terhadap Keputusan Pembelian produk skincare Scarlett Whitening di Kota Bandung .....	70
2. Pengaruh Label BPOM terhadap Keputusan Pembelian produk skincare Scarlett Whitening di Kota Bandung .....	71
3. Pengaruh Label Halal dan Label BPOM terhadap Keputusan Pembelian produk skincare Scarlett Whitening di Kota Bandung .....	72

<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>74</b>
<b>A. Kesimpulan .....</b>	<b>74</b>
<b>B. Saran .....</b>	<b>74</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>76</b>



## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 1. 1 Data Pertumbuhan Penduduk Di Indonesia</b> .....	2
<b>Tabel 2. 1 Kajian Penelitian Terdahulu</b> .....	13
<b>Tabel 3. 1 Definisi Operasional</b> .....	38
<b>Tabel 3. 2 Ukuran Skala Likert</b> .....	40
<b>Tabel 4. 1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin</b> .....	49
<b>Tabel 4. 2 Responden Berdasarkan Usia</b> .....	50
<b>Tabel 4. 3 Tingkat Skala Interval</b> .....	51
<b>Tabel 4. 4 Skor Tanggapan Responden Variabel Label Halal</b> .....	52
<b>Tabel 4. 5 Skor Tanggapan Responden Variabel label BPOM</b> .....	54
<b>Tabel 4. 6 Skor Tanggapan Responden Variabel Keputusan Pembelian</b> .....	56
<b>Tabel 4. 7 Hasil Uji Validitas</b> .....	58
<b>Tabel 4. 8 Hasil Uji Realibilitas</b> .....	60
<b>Tabel 4. 9 Hasil Uji Normalitas</b> .....	61
<b>Tabel 4. 10 Hasil Uji Multikolinearitas</b> .....	62
<b>Tabel 4. 11 Hasil Uji Heteroskedastisitas</b> .....	63
<b>Tabel 4. 12 Hasil Uji Regresi Linier Berganda</b> .....	64
<b>Tabel 4. 13 Hasil Uji Koefisien Determinasi</b> .....	65
<b>Tabel 4. 14 Hasil Uji T</b> .....	66
<b>Tabel 4. 15 Hasil Uji F</b> .....	67

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 2. 1 Logo Label Halal .....</b>	<b>20</b>
<b>Gambar 2. 2 Prosedur Sertifikasi Label Halal.....</b>	<b>22</b>
<b>Gambar 2. 3 Proses Pengambilan Keputusan .....</b>	<b>26</b>
<b>Gambar 2. 4 Brand Lokal Skincare Terlaris Di E-Commerce.....</b>	<b>31</b>
<b>Gambar 2. 5 Produk Skincare Scarlett Whitening.....</b>	<b>32</b>
<b>Gambar 2. 6 Kerangka Berfikir .....</b>	<b>33</b>
<b>Gambar 4. 1 Logo Scarlett Whitening .....</b>	<b>48</b>

