

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
UCAPAN TERIMAKASIH	iv
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	9
2.1. Kajian Pustaka	9
2.1.1. Konsep halal.....	9
2.1.2. Produk Halal	10
2.1.3. Label Halal.....	11
2.1.4. Lembaga yang mengeluarkan Label Halal.....	14
2.1.5. Prosedur dan Mekanisme Penetapan Fatwa Halal MUI.....	15
2.1.6. Konsep Minat Beli	17
2.1.7. Pengaruh Label Halal terhadap Minat Beli.....	20
2.1.8. Penelitian Terdahulu	21
2.2. Kerangka Pemikiran.....	22
2.3. Hipotesis	25
BAB III METODE PENELITIAN	26
3.1. Objek Penelitian.....	26
3.2. Metode dan Desain Penelitian	26
3.2.1. Metode penelitian.....	26
3.2.2. Desain Penelitian	26
3.3. Operasional Variabel	27
3.4. Jenis, Sumber, dan Teknik Pengumpulan Data.....	29

Rizki Sopyansyah, 2018

ANALISIS PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP LABEL HALAL DAN MINAT BELI KOSMETIK ZOYA: Survei pada Hijabers Community Bandung

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

3.4.1.	Jenis dan Sumber Data.....	29
3.4.2.	Teknik Pengumpulan Data.....	30
3.5.	Populasi, Sampel dan Teknik Sampling	30
3.5.1.	Populasi.....	30
3.5.2.	Sampel	31
3.5.3.	Teknik Sampling.....	31
3.6.	Uji Instrumen Penelitian	31
3.6.1.	Uji Validitas	32
3.6.2.	Uji Reliabilitas	35
3.7.	Teknik Analisis Data.....	36
3.7.1.	Analisis Data Deskriptif.....	36
3.7.2.	Analisis Data Verifikatif.....	39
3.7.2.1.	Analisis Regresi Sederhana.....	39
3.8.	Pengujian Hipotesis	41
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		43
4.1.	Hasil Penelitian	43
4.1.1.	Gambaran Umum Shafco <i>Enterprise</i>	43
4.2.	Gambaran Umum Karakteristik dan Pengalaman Responden	48
4.2.1.	Karakteristik Responden	49
4.2.2.	Pengalaman Responden	51
4.3.	Gambaran Label Halal	56
4.3.1.	Gambar.....	57
4.3.2.	Tulisan	58
4.3.3.	Menempel Pada Kemasan.....	59
4.3.4.	Rekapitulasi Hasil Penelitian label halal.....	60
4.4.	Gambaran Minat Beli.....	63
4.4.1.	Minat Transaksional.....	63
4.4.2.	Minat Referensial.....	65
4.4.3.	Minat Preferensial.....	66
4.4.4.	Minat Eksploratif	67
4.4.5.	Rekapitulasi Hasil Penelitian Minat Beli	68
4.5.	Analisis Pengaruh label halal terhadap Minat Beli	71
4.5.1.	Uji Normalitas.....	71

4.5.2.	Analisis Regresi Sederhana.....	72
4.5.3.	Analisis Linier Regresi Sederhana.....	73
4.5.4.	Uji Hipotesis (T).....	75
4.6.	Pembahasan	76
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		79
5.1.	Kesimpulan	79
5.2.	Saran	80
DAFTAR PUSTAKA		81

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1. Pertumbuhan Pasar Industri Kosmetik di Indonesia.....	1
Tabel 1. 2. Resume Peringkat Produk Cosmetic Lokal Berlabel Halal Terhadap Atribut menurut Persepsi Konsumen	4
Tabel 1. 3. Kategori Produk Kosmetik yang termasuk ke dalam Favorit Kosmetik Brand.....	5
Tabel 2. 1 Komposisi Halal dan Haram pada Kosmetik.....	18
Tabel 2. 2, <i>Models of The Response Process</i>	19
Tabel 2. 3. Penelitian Terdahulu	22
Tabel 3. 1 Operasionalisasi Variabel	27
Tabel 3. 2. Jenis dan Sumber Data.....	30
Tabel 3. 3. Teknik dan Pengumpulan Data.....	30
Tabel 3. 4. Hasil Pengujian Validitas Instrumen Penelitian Variabel X.....	33
Tabel 3. 5. Hasil Pengujian Validitas Instrumen Penelitian Variabel Y.....	34
Tabel 3. 6. Hasil Pengujian Reliabilitas Variabel Label Halal dan Variabel Minat Beli.....	36
Tabel 3. 7. Kriteria Penafsiran Hasil Perhitungan Kuesioner	38
Tabel 3. 8. Koefisien Korelasi	41
Tabel 4. 1 Bahan dalam kosmetik bersifat haram atau subhat.....	45
Tabel 4. 2 Bahan Alkohol dalam kosmetik yang diharamkan menurut MUI.....	47
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	49
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	50
Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	50
Tabel 4. 6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran perbulan	51
Tabel 4. 7 Pengalaman Responden Berdasarkan kosmetik yang digunakan	52
Tabel 4. 8 Pengalaman Responden Berdasarkan Frekuensi lamanya menggunakan produk kosmetik.....	53
Tabel 4. 9 Pengalaman Responden berdasarkan minat membeli suatu merek kosmetik.....	53

Rizki Sopyansyah, 2018

ANALISIS PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP LABEL HALAL DAN MINAT BELI KOSMETIK ZOYA: *Survei pada Hijabers Community Bandung*

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Tabel 4. 10 Pengalaman Responden Berdasarkan pertimbangan dalam memilih kosmetik	54
Tabel 4. 11 Pengalaman Responden Berdasarkan Pengetahuan kosmetik Zoya ...	55
Tabel 4. 12 Pengalaman Responden Berdasarkan Sumber mengetahui kosmetik Zoya	55
Tabel 4. 13 Label Halal Berdasarkan Gambar	57
Tabel 4. 14 Label Halal Berdasarkan Tulisan	58
Tabel 4. 15 Label Halal Berdasarkan Menempel Pada Kemasan.	59
Tabel 4. 16 Rekapitulasi Skor Tanggapan Responden Mengenai Label Halal.....	60
Tabel 4. 17 Minat Beli Berdasarkan Minat Transaksional	63
Tabel 4. 18 Minat Beli Berdasarkan Minat Referensial.....	65
Tabel 4. 19. Minat Beli Berdasarkan Minat Preferensial.....	66
Tabel 4. 20 Minat Beli Berdasarkan Minat Eksploratif	67
Tabel 4. 21 Rekapitulasi Skor Tanggapan Responden mengenai Minat Beli.....	68
Tabel 4. 22. Uji Normalitas.....	71
Tabel 4. 23 Output Korelasi	72
Tabel 4. 24 Nilai Koefisien Korelasi	72
Tabel 4. 25 Output Pengaruh Label Halal Terhadap Minat Beli	73
Tabel 4. 26 Output Koefisien Regresi.....	74
Tabel 4. 27 Nilai Signifikasi Uji T.....	75

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1. Pangsa Pasar Kosmetik Indonesia.....	2
Gambar 1. 2. Minat membeli Kosmetik Zoya	6
Gambar 2. 1. Logo Halal MUI.....	14
Gambar 2. 2. Kerangka Pemikiran.....	25
Gambar 2. 3. Paradigma Penelitian.....	26
Gambar 3. 1. Contoh Garis Kontinum	38

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Keputusan dan Catatan Bimbingan

Lampiran 2 Kuisisioner Penelitian

Lampiran 3 Data Interval Variabel X dan Y

Lampiran 4 Output Uji Validitas dan Reliabilitas

Lampiran 5 Uji Normalitas, Analisis Korelasi, Analisis Regresi Linier Sederhana dan Uji T

Lampiran 6 Riwayat Hidup