

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
INTISARI	x
ABSTRACT	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Perumusan Masalah.....	6
1.3. Pertanyaan Penelitian	7
1.4. Tujuan Penelitian.....	7
1.5. Manfaat yang dapat diharapkan.....	7
1.6. Keaslian Penulisan	8
1.7. Kontribusi Penelitian	11
1.8. Ruang lingkup dan Batasan Penelitian	12
1.9. Sistematika Penulisan.....	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	14
2.1. Manajemen Mutu Halal	14
2.2. ISO 9901 : 2016	32
2.3. Sertifikasi Halal.	35
2.4. Perawatan Kulit dan Kecantikan	36
2.5. Keputusan Pembelian	39
2.6. Maritas Satisfaction Index.....	43
BAB III METODE PENELITIAN	45

3.1. Desain Penelitian	45
3.2. Definisi Operasional Variabel	48
3.3. Populasi dan Sampel	56
3.4. Instrumen dan Teknik Pengumpulan Data	58
3.5. Teknik Analisis Data	60
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	65
4.1. Deskripsi Responden	66
4.1.1. Profil Responden.....	66
4.1.2. Pengetahuan Pembeli terhadap Produk Perawatan Kulit dan Kecantikan	69
4.1.3. Prioritas Membeli Produk Perawatan Kulit dan Kecantikan	70
4.1.4. Pembelian List Brand Produk Perawatan kulit dan kecantikan	32
4.2. Tingkat Kepentingan Penilaian Kualitas pada Pembelian Produk Perawatan Kulit dan Kecantikan	55
4.3. Tingkat Praktik Penilaian Kualitas pada Pembelian Produk Perawatan Kulit dan Kecantikan	60
4.4. Analisis <i>Statifaction Halal Index</i> (SHI)	64
4.5. Pembahasan	70
BAB V SIMPULAN DAN REKOMENDASI	73
5.1. Simpulan.....	73
5.2. Implikasi Manajerial.....	74
5.3. Keterbatasan dan Saran Penelitian Selanjutnya	74
DAFTAR PUSTAKA	76
LAMPIRAN.....	79

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Penelitian Terdahulu Mengenai Penilaian Kualitas ISO 99001 tentang Manajemen Mutu Halal dan Sertifikasi Halal terhadap Pembelian Produk Perawatan Kulit dan Kecantikandi Indonesia	9
Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel.....	49
Tabel 3. 2 Kriteria <i>Satisfaction Halal Index</i> (SHI)	63
Tabel 4.1 Profil Responden Pembelian Produk Perawatan Kulit dan Kecantikan	66
Tabel 4.2 Spesifikasi katagori Pembelian Perawatan Kulit dan Kecantikan	69
Tabel 4.3 Prioritas Pembeli Produk Perawatan kulit dan kecantikan	71
Tabel 4.4 Pembelian List Brand Produk Perawatan Kulit dan Kecantikan berdasarkan hasil survey	32
Tabel 4.5 Nilai Rata-rata Tingkat Kepentingan pada Pembelian Produk Perawatan Kulit dan Kecantikan berdasarkan Variabel	55
Tabel 4.6 Nilai Rata-rata dan Peringkat Tingkat Kepentingan Variabel Kepemimpinan pada Pembelian Produk Perawatan Kulit dan Kecantikan..	56
Tabel 4.7 Nilai Rata-rata dan Peringkat Tingkat Kepentingan Variabel Operasional pada Pembelian Produk Perawatan Kulit dan Kecantikan	57
Tabel 4.8 Nilai Atribut Rata-rata dan Peringkat Tingkat Kepentingan Variabel Peningkatan pada Pembelian Produk Perawatan Kulit dan Kecantikan.....	59
Tabel 4.9 Nilai Rata-rata Tingkat Praktik Pembelian Produk Perawatan Kulit dan Kecantikan berdasarkan Variabel	60
Tabel 4. 10 Nilai Rata-rata dan Peringkat Tingkat Praktik Variabel Kepemimpinan pada Pembelian Produk Perawatan Kulit dan Kecantikan.....	61
Tabel 4. 11 Nilai Rata-rata dan Peringkat Tingkat Praktik Variabel Operasional pada Pembelian Produk Perawatan Kulit dan Kecantikan.....	62
Tabel 4. 12 Nilai Rata-rata dan Peringkat Tingkat Praktik Variabel Peningkatan pada Pembelian Produk Perawatan Kulit dan Kecantikan.....	63
Tabel 4.13 <i>Statifaction Halal Index</i> Variabel Kepemimpinan.....	65
Tabel 4.14 <i>Statifaction Halal Index</i> Variabel Operasional	66
Tabel 4.15 <i>Statifaction Halal Index</i> Variabel Peningkatan.....	69

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Angket Kuisisioner (Thesis).....	80
Lampiran 2 Uji Reabilitas	88
Lampiran 3 Profil Responden	92
Lampiran 4 Data persebaran Wilayah pengisian Angket berdasarkan Pulau	94
Lampiran 5 Data Jumlah Pembelian Produk Perawatan Kulit dan Kecantikan	100
Lampiran 6 Data Persentase dan Jumlah Pengisian Jawaban Pervariabel	102
Lampiran 7 Data Pengukuran Tingkat Kepentingan, Tingkat Praktik dan SHI	108