

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS TESIS	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN.....	x
INTISARI.....	xi
ABSTRACT.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	11
1.3 Pertanyaan Penelitian	12
1.4 Tujuan Penelitian	13
1.5 Manfaat Penelitian	13
1.6 Ruang Lingkup Penelitian.....	14
1.7 Sistematika Penulisan	15
BAB II LANDASAN TEORI	16
2.1 Teori Konseptual.....	16
2.1.1 <i>Stimulus-Organism-Response Theory</i> (SOR).....	16
2.1.2 Kualitas Produk.....	17
2.1.3 Kewajaran Harga.....	18
2.1.5 Aksesibilitas Toko.....	21
2.1.7 Niat Pembelian.....	23
2.2 Penelitian Terdahulu	24
2.3 Pengembangan Hipotesis	26
2.3.1 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Sikap pada Kosmetik Berlogo Halal	26
2.3.2 Pengaruh Kewajaran Harga terhadap Sikap pada Kosmetik Berlogo Halal	27
2.3.3 Pengaruh Promosi terhadap Sikap pada Kosmetik Berlogo Halal.....	28

2.3.4 Pengaruh Aksesibilitas Toko terhadap Sikap pada Kosmetik Berlogo Halal	29
2.3.5 Pengaruh Sikap terhadap Produk Berlogo Halal pada Niat Pembelian	31
2.4 Kerangka Penelitian	32
BAB III METODE PENELITIAN	33
3.1 Desain Penelitian.....	33
3.2 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	33
3.2.1 Variabel Kualitas Produk	34
3.2.2 Variabel Kewajaran Harga	35
3.2.3 Variabel Promosi.....	35
3.2.4 Variabel Aksesibilitas Toko.....	36
3.2.5 Variabel Sikap terhadap Produk Kosmetik Berlogo Halal	37
3.2.6 Variabel Niat Pembelian	38
3.3 Populasi dan Sampel Penelitian	39
3.3.1 Populasi.....	39
3.3.2`Unit Sampel	39
3.3.3 Ukuran Sampel.....	40
3.3.4 Metode Pengumpulan Sampel.....	40
3.4 Metode Pengumpulan Data	40
3.5 Metode Analisis Data	42
3.5.1 Evaluasi Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	43
3.5.2 Evaluasi Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	45
3.5.3 Uji Model Fit.....	46
3.5.4 Pengujian Hipotesis (<i>Bootstrapping</i>)	47
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....	48
4.1 Pengumpulan Data	48
4.2 Deskripsi Karakteristik Responden.....	48
4.3 Analisis Outer Model	52
4.3.1 Uji Validitas Konvergen	53
4.3.2 Uji Validitas Diskriminan	55
4.3.3 Uji Reliabilitas	58
4.3.4 Uji Multikolinearitas	59
4.4 Deskripsi Data.....	60
4.5 Analisis Inner Model.....	62

4.5.1 <i>R-Square</i>	62
4.5.2 F-Square	63
4.5.3 Relevansi Prediktif.....	64
4.5.4 Model Fit.....	65
4.5.5 Uji Hipotesis	66
4.6 Pembahasan.....	70
4.6.1 Pengaruh Kualitas Produk pada Sikap terhadap Kosmetik Halal	70
4.6.2 Pengaruh Kewajaran Harga Pada Sikap terhadap Kosmetik Halal.....	71
4.6.3 Pengaruh Promosi pada Sikap terhadap Produk Kosmetik Halal	72
4.6.4 Pengaruh Aksesibilitas Toko pada Sikap terhadap Produk Kosmetik Halal	74
4.6.5 Pengaruh Sikap terhadap Produk Kosmetik Halal pada Niat Pembelian	75
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	77
5.1 Kesimpulan	77
5.2 Implikasi Manjerial	79
5.3 Keterbatasan Penelitian.....	81
5.4 Saran Penelitian Selanjutnya.....	82
DAFTAR PUSTAKA	83
LAMPIRAN	92