

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI	1
DAFTAR TABEL	4
DAFTAR GAMBAR	5
INTISARI	vii
ABSTRACT	viii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah.....	7
1.2.1. Celah riset empirikal	7
1.2.2. Celah riset kontekstual	8
1.3. Pertanyaan Penelitian.....	9
1.4. Tujuan Penelitian	10
1.5. Manfaat Penelitian	11
1.6. Sistematika Penulisan	12
BAB II LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	14
2.1. Teori Pemenuhan Kebutuhan	14
2.1.1. Kepuasan Konsumen	17
2.1.2. Antecedent Kepuasan Konsumen	19
2.1.2.1. Citra Merek Halal.....	19
2.1.2.2. Kualitas Halal yang Dipersepsikan	21
2.1.2.3. Promosi	23
2.1.3. Konsekuensi Kepuasan Konsumen	26
2.1.3.1. Getok Tular	26
2.1.3.2. Niat Pembelian Kembali	28
2.2. Kosmetik	30
2.3. Definisi Halal	32
2.4. Kosmetik halal.....	35
2.5. Penelitian sebelumnya yang relevan	37
2.5.1. Variabel Antecedent Kepuasan Pada Penelitian sebelumnya	37

2.5.2. Variabel Konsekuensi Kepuasan pada Penelitian sebelumnya	41
2.6. Pengembangan Hipotesis	43
2.6.1. Pengaruh Citra Merek Halal pada Kepuasan Konsumen terhadap Kosmetik Halal	43
2.6.2. Pengaruh Kualitas Halal yang dipersepsikan pada Kepuasan Konsumen terhadap Kosmetik Halal.....	45
2.6.3. Pengaruh Promosi pada Kepuasan Konsumen terhadap Kosmetik Halal..	46
2.6.4. Pengaruh Kepuasan Konsumen pada Kosmetik Halal terhadap Getok Tular.....	47
2.6.5. Pengaruh Kepuasan Konsumen terhadap Kosmetik Halal pada Niat Pembelian Kembali.....	48
2.6.6. Model Penelitian	50
BAB III METODA PENELITIAN	52
3.1. Desain Penelitian.....	52
3.2. Populasi, Teknik Pengambilan Sampel dan Lingkup Penelitian	53
3.3. Sumber dan Jenis Data Penelitian.....	56
3.4. Definisi Operasional	57
3.5. Uji Validitas dan Realibilitas Instrumen Penelitian.....	59
3.6. Pilot Test (Uji Pendahuluan)	61
3.7. Metode Analisis Data	66
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	68
4.1. Proses Pengambilan Data.....	68
4.2. Profil Responden.....	69
4.3. Statistik Deskriptif Data Penelitian.....	80
4.4. Uji Validitas dan Reliabilitas	84
4.5. Hasil Uji Reliabilitas.....	88
4.6. Hasil Pengolahan Data (SEM)	90
4.6.1. Pemenuhan asumsi dasar SEM.....	91
4.7. Uji Kesesuaian Model.....	95
4.8. Pengujian Hipotesis.....	98
4.9. Pembahasan Hasil Uji Hipotesis	104



4.9.1 Pengaruh Citra Merek Halal, Kualitas Halal yang dipersepsikan, dan Promosi pada Kepuasan Konsumen terhadap Kosmetik Halal.....	104
4.9.2 Pengaruh Kepuasan Konsumen pada Kosmetik Halal terhadap Getok Tular dan Niat Pembelian Kembali.....	107
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	110
5.1. Kesimpulan	110
5.2. Keterbatasan.....	116
5.3. Saran.....	116
DAFTAR PUSTAKA	118
LAMPIRAN.....	125

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Industri Pasar Halal Tahun 2013-2019	1
Tabel 2.1 Jenis dan Tujuan Bauran Promosi.....	29
Tabel 2.2 Jenis Kosmetik Berdasarkan Fungsinya	36
Tabel 2.3 Klasifikasi kaidah tingkatan hukum halal (<i>Permissable</i>)	39
Tabel 2.4 Bahan Haram dan Halal untuk Pembuatan Kosmetik.....	41
Tabel 2.5 Ringkasan Variabel Anteseden Kepuasan Penelitian sebelumnya	37
Tabel 2.6 Ringkasan Variabel Konsekuensi Kepuasan Penelitian Sebelumnya...	41
Tabel 2.7 Model Penelitian.....	56
Tabel 3.1 definisi Operasional Variabel Penelitian.....	58
Tabel 3.2 Hasil Uji Reliabilitas.....	63
Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas.....	65
Tabel 4.1 Profil Usia Responden	69
Tabel 4.2 Status pernikahan Responden	71
Tabel 4.3 Pendidikan Terakhir Responden	72
Tabel 4.4 Profil Pekerjaan Responden	73
Tabel 4.5 Pengeluaran Perbulan Responden	74
Tabel 4.6 Profil Responden berapa lama memakai kosmetik Wardah	75
Tabel 4.7 Statistik Deskriptif Data Responden	81
Tabel 4.8 Hasil KMO dan Bartlett's Test	85
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas.....	85
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Diskriminan.....	88
Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas.....	89
Tabel 4.12 Hasil Uji Normalitas Data.....	92
Tabel 4.13 Hasil Uji Outlier data	94
Tabel 4.14 Hasil Uji Kesesuaian Model	96
Tabel 4.15 Hasil Uji Hipotesis.....	98
Tabel 4.16 Hasil Uji Regresi Berganda Berdasarkan Baron dan Kenny	102

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Nilai Pasar Industri Kosmetik di Indonesia Tahun 2010-2015	3
Gambar 2.1 Model penelitian	55
Gambar 4.1 Jenis Kosmetik Wardah yang Digunakan Responden	77
Gambar 4.2 Alasan Responden Memilih Kosmetik Wardah	79
Gambar 4.3 Hasil Uji Hipotesis.....	101