

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
MOTTO	ii
PERNYATAAN	iii
ABSTRACT	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Kegunaan Hasil Penelitian	8
1.5 Lokasi dan Jadwal Penelitian	9
1.5.1 Lokasi Penelitian	9
1.5.2 Jadwal Penelitian	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	11
2.1 Tinjauan Pustaka	11
2.1.1 Perilaku Konsumen	11
2.1.2 <i>Word of Mouth</i>	14
2.1.2.1 Pengertian <i>Word of Mouth</i>	14
2.1.2.2 Indikator <i>Word of Mouth</i>	14
2.1.2.3 Manfaat <i>Word of Mouth</i>	15
2.1.3 Harga.....	16
2.1.3.1 Pengertian Harga.....	16
2.1.3.2 Indikator Harga	16
2.1.4 Pendapatan	17

2.1.4.1	Pengertian Pendapatan	17
2.1.4.2	Sumber Pendapatan	17
2.1.4.3	Jenis Pendapatan	18
2.1.5	Labelisasi Halal	18
2.1.5.1	Pengertian Labelisasi Halal	18
2.1.5.2	Sertifikasi Halal	19
2.1.5.3	Indikator Labelisasi Halal	19
2.1.6	Keputusan Pembelian	20
2.1.6.1	Pengertian Keputusan Pembelian	20
2.1.6.2	Proses Keputusan Pembelian	20
2.1.7	Penelitian Terdahulu	22
2.2	Kerangka Pemikiran	28
2.2.1	Hubungan <i>Word of Mouth</i> dengan Keputusan Pembelian Kosmetik <i>Local Brand</i> di Universitas Siliwangi	28
2.2.2	Hubungan Harga dengan Keputusan Pembelian Kosmetik <i>Local Brand</i> di Universitas Siliwangi	29
2.2.3	Hubungan Pendapatan dengan Keputusan Pembelian Kosmetik <i>Local</i> <i>Brand</i> di Universitas Siliwangi	30
2.2.4	Hubungan Labelisasi Halal dengan Keputusan Pembelian Kosmetik <i>Local Brand</i> di Universitas Siliwangi	30
2.3	Hipotesis	31
BAB III	OBJEK DAN METODE PENELITIAN	32
3.1	Objek Penelitian	32
3.2	Metode Penelitian	32
3.2.1	Operasionalisasi Variabel	32
3.2.2	Teknik Pengumpulan Data	34
3.2.2.1	Jenis Data	34
3.2.2.2	Populasi Sasaran	34
3.2.2.3	Penentuan Sampel	35
3.3	Model Penelitian	36
3.4	Pengujian Instrumen Penelitian	37

4.1.2.4.1 Uji Normalitas.....	73
4.1.2.4.2 Uji Linearitas	73
4.1.2.4.3 Uji Multikolinearitas.....	74
4.1.2.4.4 Uji Heteroskedastisitas	75
4.1.2.5 Uji Hipotesis.....	76
4.1.2.5.1 Uji t	76
4.1.2.5.2 Uji F	77
4.1.2.6 Koefisien Determinasi (R^2)	78
4.2 Pembahasan.....	79
4.2.1 Hubungan <i>Word of Mouth</i> dengan Keputusan Pembelian Kosmetik <i>Local Brand</i> di Universitas Siliwangi.....	79
4.2.2 Hubungan Harga dengan Keputusan Pembelian Kosmetik <i>Local</i> <i>Brand</i> di Universitas Siliwangi.....	80
4.2.3 Hubungan Pendapatan dengan Keputusan Pembelian Kosmetik <i>Local Brand</i> di Universitas Siliwangi.....	81
4.2.4 Hubungan Labelisasi Halal dengan Keputusan Pembelian Kosmetik <i>Local Brand</i> di Universitas Siliwangi.....	82
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	84
5.1 Simpulan.....	84
5.2 Saran.....	84
DAFTAR PUSTAKA	87
LAMPIRAN.....	91
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	116