

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL LUAR.....	ix
HALAMAN SAMPUL LUAR.....	ix
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	iii
PENGESAHAN PENGUJI.....	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR LAMPIRAN	xv
ABSTRAK	xvi
<i>ABSTRACT</i>	xvii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Konteks Penelitian	18
B. Fokus Penelitian.....	24
C. Tujuan Penelitian	24
D. Identifikasi Penelitian dan Batasan Masalah	25
E. Manfaat Penelitian	26
F. Penegasan Istilah.....	27

G. Sistematika Penulisan	30
--------------------------------	----

BAB II LANDASAN TEORI

A. Penggunaan Label Halal	32
1. Pengertian Label.....	32
2. Jenis Dan Fungsi Label	33
3. Pengertian Halal	35
4. Pengertian Label Halal	36
B. <i>Brand Ambassador</i> Dengan Karakter Cantik Dan Inspiratif	39
1. Pengertian Brand Ambassador	39
2. Tujuan Brand Ambassador	40
3. Indikator Brand Ambassador	41
4. Manfaat Penggunaan <i>Brand Ambassador</i>	43
5. Karakter Cantik Dan Inspiratif	43
C. Keputusan Pembelian.....	45
1. Pengertian Keputusan Pembelian.....	45
2. Pengambilan Keputusan	46
3. Tahapan Proses Pengambilan Keputusan.....	47
D. Penelitian Terdahulu	49

BAB III METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	57
--	----

B. Lokasi Penelitian.....	58
C. Kehadiran Peneliti.....	60
D. Data dan Sumber Data	61
E. Teknik Pengumpulan Data.....	62
F. Teknik Analisis Data.....	65
G. Pengecekan Keabsahan Pengumpulan Data	68
H. Tahap-Tahap Penelitian	71

BAB IV PENELITIAN

A. Paparan Data	73
1. Kosmetik Wardah.....	73
2. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung.....	75
B. Temuan Penelitian	75
1. Penggunaan Label Halal pada Brand Kosmetik Wardah terhadap Keputusan Pembelian.....	75
2. Penggunaan Brand Ambassador dengan Karakter Cantik dan Inspiratif pada Brand Kosmetik Wardah terhadap Keputusan Pembelian.....	80
3. Pertimbangan Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung dalam Membeli Produk Kosmetik	83

C. Temuan Penelitian	89
1. Dampak Penggunaan Label Halal pada Brand Kosmetik Wardah terhadap Keputusan Pembelian.....	89
2. Dampak Adanya Brand Ambassador dengan Karakter Cantik dan Inspiratif pada Brand Kosmetik Wardah terhadap Keputusan Pembelian.....	91
3. Hal yang menjadi Pertimbangan Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung dalam Membeli Produk Kosmetik.....	93

BAB V PEMBAHASAN

A. Dampak Penggunaan Label Halal pada Brand Kosmetik Wardah terhadap Keputusan Pembelian.....	97
B. Dampak Brand Ambassador dengan Karakter Cantik dan Inspiratif pada Brand Kosmetik Wardah terhadap Keputusan Pembelian	101
C. Faktor yang Menjadi Pertimbangan Mahasiswi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung dalam Membeli Produk Kosmetik	105

BAB VI PENUTUP

A. Kesimpulan	109
1. Penggunaan Label Halal pada Brand Kosmetik Wardah terhadap Keputusan Pembelian.....	109

2. Penggunaan Brand Ambassador dengan Karakter Cantik dan Inspiratif pada Brand Kosmetik Wardah terhadap Keputusan Pembelian.....	109
3. Pertimbangan Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung dalam Membeli Produk Kosmetik	110
B. Saran	111
1. Bagi Lembaga	111
2. Bagi Konsumen	111
3. Bagi Peneliti Selanjutnya	112

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN