

DAFTAR ISI

| | |
|--|-------------|
| Halaman Sampul Luar | i |
| Halaman Sampul Dalam..... | ii |
| Halaman Persetujuan | iii |
| Halaman Pengesahan Penguji..... | iv |
| Halaman Motto | v |
| Halaman Persembahan..... | vi |
| Kata Pengantar | vii |
| Daftar Isi | ix |
| Daftar Tabel..... | xiii |
| Daftar Gambar | xiv |
| Daftar Lampiran | xv |
| Abstrak..... | xvi |
| Abstract..... | xvii |
| BAB I: PENDAHULUAN..... | 1 |
| A. Latar Belakang Masalah..... | 1 |
| B. Identitas Masalah | 4 |
| C. Rumusah Masalah | 5 |
| D. Tujuan Penelitian | 5 |
| E. Manfaat Penelitian | 6 |
| F. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian | 6 |
| G. Penegasan Istilah..... | 7 |
| H. Sistematika Penulisan Skripsi | 9 |

| | |
|---|-----------|
| BAB II: LANDASAN TEORI | 11 |
| A. Perilaku Konsumen | 11 |
| 1. Pengertian Perilaku Konsumen | 11 |
| 2. Perilaku Konsumsi Muslim..... | 11 |
| 3. Tujuan Konsumsi | 12 |
| 4. Faktor yang Mempengaruhi Tingkat Konsumsi | 13 |
| 5. Tahap-Tahap Pengambilan Keputusan Konsumen | 14 |
| B. Minat Beli sebagai Keputusan Konsumen | 15 |
| 1. Pengertian Minat Beli | 15 |
| 2. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli | 16 |
| C. Kemasan | 17 |
| 1. Pengertian Kemasan..... | 17 |
| 2. Indikator Kemasan | 18 |
| 3. Fungsi Kemasan | 20 |
| 4. Faktor yang Mempengaruhi Kemasan | 21 |
| D. Testimoni | 24 |
| 1. Pengertian Testimoni | 24 |
| 2. Keunggulan Testimoni | 25 |
| 3. Indikator Testimoni..... | 26 |
| E. Harga | 26 |
| 1. Pengertian Harga..... | 26 |
| 2. Penetapan Harga..... | 28 |
| 3. Indikator Harga | 30 |

| | |
|--|-----------|
| 4. Faktor yang Mempengaruhi Harga | 30 |
| F. Hubungan Kemasan (X_1) dengan Minat Beli (Y) | 32 |
| G. Hubungan Testimoni (X_2) dengan Minat Beli (Y) | 32 |
| H. Hubungan Harga (X_3) dengan Minat Beli (Y) | 33 |
| I. Kajian Penelitian Terdahulu yang Relevan | 34 |
| J. Kerangka Konseptual | 39 |
| K. Mapping Variabel, Teori dan Indikator | 41 |
| L. Hipotesis Penelitian | 44 |
| BAB III: METODE PENELITIAN | 46 |
| A. Pendekatan dan Jenis Penelitian | 46 |
| B. Populasi, Sampling dan Sampe Penelitian | 46 |
| C. Sumber Data dan Skala Pengukuran | 48 |
| D. Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen | 49 |
| E. Teknik Analisis Data | 50 |
| F. Definisi Konsep dan Oprasional Variabel | 55 |
| BAB IV: HASIL PENELITIAN | 60 |
| A. Gambaran Umum Objek Penelitian | 60 |
| B. Deskripsi Responden | 61 |
| C. Deskripsi Variabel Penelitian | 61 |
| D. Analisis Data | 64 |
| BAB V: PEMBAHASAN | 75 |
| A. Pengaruh Kemasan terhadap Minat Beli Produk Kosmetik <i>Sis2Sis</i> | 75 |
| B. Pengaruh Testimoni terhadap Minat Beli Produk Kosmetik <i>Sis2Sis</i> ... | 77 |

| | |
|---|-----------|
| C. Pengaruh Harga terhadap Minat Beli Produk Kosmetik <i>Sis2Sis</i> | 78 |
| D. Pengaruh Kemasan, Testimoni dan Harga terhadap Produk Kosmetik <i>Sis2Sis</i> | 80 |
| E. Faktor yang Paling Berpengaruh terhadap Minat Beli Kosmetik <i>Sis2Sis</i> | 81 |
| BAB VI : PENUTUP | 83 |
| A. Kesimpulan | 83 |
| B. Saran..... | 84 |

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN