

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
DECLARATION	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
ABSTRAK ARAB	x
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	xi
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Kesenjangan Penelitian	7
1.3. Tujuan Penelitian	7
1.4. Ringkasan Metode Penelitian	8
1.5. Ringkasan Hasil Penelitian	8
1.6. Kontribusi Riset	8
1.7. Sistematika Penelitian	8
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1. Landasan Teori	10
2.1.1. Pemasaran Islam	10
2.1.2. Iklan dalam Pandangan Islam	10
2.1.3. <i>Femvertising</i>	12
2.1.4. Sikap	14
2.1.5. Religiusitas	15
2.1.6. Niat Berperilaku	16
2.2. Hubungan Antar Variabel dan Hipotesis	18
2.2.1. Pengaruh <i>Femvertising</i> Terhadap Niat Berperilaku	18

2.2.2. Pengaruh <i>Femvertising</i> Terhadap Niat Berperilaku yang Dimoderasi Oleh Religiusitas	20
2.2.3. Pengaruh <i>Femvertising</i> Terhadap Sikap	22
2.2.4. Pengaruh <i>Femvertising</i> Terhadap Sikap yang Dimoderasi oleh Religiusitas	24
2.2.5. Pengaruh Sikap Terhadap Niat Berperilaku	26
2.3. Penelitian Sebelumnya	27
2.4. Kerangka Berpikir	28
BAB 3 METODE PENELITIAN	30
3.1. Pendekatan Penelitian	30
3.2. Identifikasi Variabel	30
3.3. Definisi Operasional Variabel	30
3.3.1. Variabel Eksogen	30
3.3.1.1. <i>Femvertising</i>	30
3.3.2. Variabel Endogen	31
3.3.2.1. Sikap	31
3.3.2.2. Niat Berperilaku	32
3.3.3. Variabel Moderator	32
3.3.3.1. Religiusitas	32
3.4. Populasi dan Sampel	33
3.5. Jenis dan Sumber Data	34
3.6. Teknik Analisis	35
3.6.1. <i>Measurement Model (Outer Model)</i>	35
3.6.2. <i>Structural Model (Inner Model)</i>	36
BAB 4 PEMBAHASAN	37
4.1. Gambaran Umum Obyek Penelitian	37
4.2. Analisis Deskriptif Profil	37
4.2.1. <i>Screening Question</i>	37
4.2.2. Karakteristik Responden	39
4.2.3. Deskripsi Jawaban Responden	41
4.3. Evaluasi Model Pengukuran	45
4.3.1. <i>Outer Model</i>	45
4.3.1.1. <i>Convergent Validity</i>	45
4.3.1.2. <i>Discriminant Validity</i>	47
4.3.2. <i>Inner Model</i>	48
4.3.2.1. <i>Model Fit</i>	48
4.3.2.2. <i>R Square</i>	49
4.4. Uji Hipotesis	49
4.5. Pembahasan	51
4.5.1. Pengaruh <i>Femvertising</i> Terhadap Niat Berperilaku	51

4.5.2. Pengaruh <i>Femvertising</i> Terhadap Niat Berperilaku yang Dimoderasi Oleh Religiusitas	52
4.5.3. Pengaruh <i>Femvertising</i> Terhadap Sikap	54
4.5.4. Pengaruh <i>Femvertising</i> Terhadap Sikap yang Dimoderasi Oleh Religiusitas	56
4.5.5. Pengaruh Sikap Terhadap Niat Berperilaku	57
4.6. Keterbatasan Penelitian	59
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN	60
5.1. Kesimpulan	60
5.2.Saran	60
DAFTAR PUSTAKA	63
LAMPIRAN	71

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Sebelumnya	27
Tabel 4.1 Berdasarkan Pertanyaan “Pernakah anda membeli produk Wardah?”	38
Tabel 4.2 Berdasarkan Pertanyaan “Pernakah Anda Menyaksikan Iklan Wardah Dalam Kurun Waktu 1 Tahun Terakhir?”	38
Tabel 4.3. Berdasarkan Pertanyaan “Pernakah Anda Melihat Iklan Wardah Bertema Femvertising, Yaitu Menyampaikan Pesan Pro Perempuan, dan Tidak Menampilkan Perempuan Sebagai Obyek Seksual?”	38
Tabel 4.4. Berdasarkan Usia	39
Tabel 4.5. Berdasarkan Pengeluaran Per Bulan.....	39
Tabel 4.6. Berdasarkan Pengeluaran Untuk Kosmetik Atau <i>Skin Care</i> Wardah ..	40
Tabel 4.7. Rata-rata Jawaban Responden	41
Tabel 4.8. Deskripsi Variabel <i>Femvertising</i>	41
Tabel 4.9. Deskripsi Variabel Sikap	42
Tabel 4.10. Deskripsi Variabel Niat Berperilaku	43
Tabel 4.11. Deskripsi Variabel Religiusitas	44
Tabel 4.12. <i>Loading Factor</i>	45
Tabel 4.13. Nilai AVE.....	46
Tabel 4.14. <i>Composite Reliability</i> dan <i>Cronbachs Alpha</i>	46
Tabel 4.15. <i>Cross Loading</i>	47
Tabel 4.16. Akar AVE.....	48
Tabel 4.17. ARS, APC, AVIF	49
Tabel 4.18. <i>R Square</i>	49
Tabel 4.19. Hasil Uji Hipotesis.....	50
Tabel 4.20. Ringkasan Hasil Pengujian Hipotesis	51

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 <i>Nike: What Will They Say About You</i>	2
Gambar 1.2 Iklan Dove Beragam Kecantikan, Satu Indonesia	2
Gambar 1.3 Wardah <i>Lip Color Series</i>	3
Gambar 1.4 Potongan iklan Wardah Halal dari Awal	4
Gambar 1.5 Potongan iklan Wardah Halal dari Awal	4
Gambar 4.1 Hasil pengolahan data	50

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A-1 Kuesioner	71
Lampiran A-2 Data tabulasi responden	74
Lampiran A-3 Olah data.....	85