

## DAFTAR GAMBAR

|  |    |
|--|----|
| Gambar 1.1 Tingkat Popularitas Produk Kosmetik .....   | 5  |
| Gambar 2.1 Esensi Pengetahuan Konsumen .....   | 15 |
| Gambar 2.2 Model Kerangka Pemikiran .....  | 41 |
| Gambar 3.1 Tahapan Penelitian .....  | 49 |
| Gambar 3.2 Kriteria Interpretasi Nilai .....   | 54 |
| Gambar 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....  | 66 |
| Gambar 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan Perbulan .....                                      | 67 |
| Gambar 4.3 Model Struktural (Inner Model).....   | 74 |
| Gambar 4.4 Model Pengukuran .....  | 74 |
| Gambar 4.5 Path coefficients algoritma PLS menggunakan SmartPLS v.3.1.3 .....                                  | 75 |
| Gambar 4.6 Model Pengukuran Respesifikasi I .....  | 79 |
| Gambar 4.7 Model Pengukuran Respesifikasi II .....   | 80 |
| Gambar 4.8 Path coefficients algoritma PLS pada model pengukuran respesifikasi .....                           | 80 |
| Gambar 4.9 Model umum Penggunaan Produk Kosmetik Halal Wardah<br>Cosmetics.....                                | 87 |
| Gambar 4.10 Model pengukuran moderasi agama pada hubungan antara<br>persepsi kualitas dan sikap. ....          | 88 |
| Gambar 4.11 Hasil analisis multigroup kelompok agama pada hubungan antara<br>persepsi kualitas dan sikap. .... | 88 |
| Gambar 4.12 Model pengukuran moderasi agama pada hubungan antara<br>Pengetahuan dan Sikap.....                 | 89 |
| Gambar 4.13 Hasil analisis multigroup kelompok agama pada hubungan antara<br>Pengetahuan dan Sikap.....        | 89 |