

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Jumlah dan persentase penduduk menurut agama yang di anut.....	4
Tabel 1. 2 Top brand index kosmetik pada tahun 2016 – 2018.....	6
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu (Skripsi).....	17
Tabel 2. 2 Penelitian Terdahulu (Jurnal Nasional) .....	21
Tabel 2. 3 Penelitian Terdahulu (Jurnal Internasional) .....	25
Tabel 3.1 Variabel Independent (Variabel Bebas) .....	34
Tabel 3.2 Variabel Intervening (Variabel Mediasi) .....	34
Tabel 3. 3 Variabel Dependent (Variabel Terikat) .....	35
Tabel 3. 4 Hasil Uji Validitas Variabel Brand Perceived Quality.....	41
Tabel 3. 5 Hasil Uji Validitas Variabel Halal Brand Trust .....	42
Tabel 3. 6 Hasil Uji Validitas Variabel Brand Purchase Intention .....	42
Tabel 3. 7 Hasil Uji Reliabilitas .....	43
Tabel 4. 1 Karakteristik Berdasarkan Usia.....	51
Tabel 4. 2 Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan .....	51
Tabel 4. 3 Karakteristik Berdasarkan Pendapatan.....	52
Tabel 4. 4 Tanggapan Responden Mengenai <i>Brand Perceived Quality</i> .....	53
Tabel 4. 5 Tanggapan Responden Mengenai Halal <i>Brand Trust</i> .....	55
Tabel 4. 6 Tanggapan Responden Mengenai <i>Brand Purchase Intention</i> .....	56
Tabel 4. 7 <i>Outer Loading Result (Factor Loading)</i> .....	60
Tabel 4. 8 <i>Outer Loading Result (Factor Loading setelah trimming)</i> .....	61
Tabel 4. 9 <i>outer loading, Cronbach, CR dan AVE</i> .....	62
Tabel 4. 10 <i>Fornell-Larcker Criterion Result</i> .....	63
Tabel 4. 11 Hasil Heterotrait-Monotrait Ratio of Corelations (HTMT).....	64
Tabel 4. 12 <i>R square dan Q square</i> .....	64
Tabel 4. 13 <i>Direct Effect dan indirect effect</i> .....	66