

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>PERNYATAAN ORISINALITAS.....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>vi</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN .....</b>	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xv</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>xvii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian .....	8
1.4 Manfaat Penelitian .....	9
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA .....</b>	<b>10</b>
2.1 Teori Pendukung .....	10
2.1.1 Citra Merek .....	10
2.1.2 Harga Produk.....	11
2.1.3 Label Halal .....	12
2.1.4 Keputusan Pembelian.....	13

2.2 Teori Pendukung dan Pengembangan Hipotesis.....	15
2.2.1 Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian.....	15
2.2.2 Harga Produk terhadap Keputusan Pembelian.....	16
2.2.3 Label Halal terhadap Keputusan Pembelian .....	18
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>21</b>
3.1 Waktu dan Tempat Penelitian .....	21
3.1.1 Tempat Penelitian.....	21
3.1.2 Waktu Penelitian. ....	21
3.2 Desain Penelitian.....	21
3.2.1 Metode.....	21
3.3 Populasi dan Sampel .....	22
3.3.1 Populasi .....	22
3.3.2 Sampel.....	22
3.4 Pengembangan Instrumen .....	22
3.4.1 Citra Merek (Variabel X1).....	22
3.4.2 Harga Produk (Variabel X2) .....	24
3.4.3 Label Halal (Variabel X3).....	26
3.4.4 Keputusan Pembelian (Variabel Y).....	28
3.5 Skala Pengukuran.....	30
3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	31
3.6.1 Data primer .....	31
3.6.2 Data sekunder .....	31
3.7 Teknik Analisis Data.....	31

3.7.1 Analisis Statistik Deskriptif .....	31
3.7.2 Uji Validitas .....	32
3.7.3 Uji Reliabilitas.....	32
3.8 Teknik Pengolahan Data .....	33
3.8.1 Uji Persyaratan Analisis ( Analisis Klasik).....	33
3.8.2 Uji Linearitas.....	35
3.8.3 Uji Regresi Linear sederhana .....	35
3.8.4 Uji Hipotesis.....	36
3.8.5 Koefisien Determinasi.....	36
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>38</b>
4.1 HASIL.....	38
4.1.1 Profil Responden .....	38
4.1.2 Deskripsi Data .....	40
4.2 Uji Validitas.....	47
4.3 Uji Reliabilitas .....	49
4.4 Uji Analisis Klasik.....	49
4.4.1 Uji Normalitas .....	50
4.4.2 Uji Heterokedastisitas .....	53
4.4.3 Uji Autokorelasi .....	54
4.4.4 Uji Multikolinearitas .....	54
4.4.5 Uji Linearitas.....	55
4.4.6 Uji Regresi Linear Sederhana .....	58
4.4.7 Uji Hipotesis ( Uji t ).....	61

4.4.8 Uji Koefisien Determinasi .....	62
4.5 PEMBAHASAN.....	63
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>68</b>
5.1 Kesimpulan .....	68
5.2 Implikasi .....	68
5.3 Keterbatasan Penelitian .....	72
5.4 Rekomendasi Bagi Penelitian Selenjutnya .....	72
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>74</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>80</b>
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP .....</b>	<b>139</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Presentase Peningkatan Jumlah Penduduk Indonesia .....	1
Gambar 1. 2 Brand Makeup 2020 .....	4
Gambar 1. 3 Pandangan Terhadap Produk Oriflame .....	6
Gambar 1. 4 Harga yang ditawarkan pada produk yang dibeli .....	6
Gambar 1. 5 Pentingnya Label Halal .....	7
Gambar 2. 1 Kerangka Teori.....	19

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Kisi Kisi Instrumen Citra Merek.....	23
Tabel 3.2 Kisi Kisi Instrumen Harga Produk.....	25
Tabel 3.3 Kisi Kisi Instrumen Label Halal .....	27
Tabel 3.4 Kisi Kisi Instrumen Keputusan Pembelian .....	29
Tabel 3.5 Skala penilaian instrument .....	30
Tabel 3. 6 Pengambilan Keputusan Autokorelasi .....	34
Tabel 4. 1 Responden Berdasarkan Gender .....	38
Tabel 4. 2 Responden Umur.....	39
Tabel 4. 3 Responden Fakultas .....	39
Tabel 4. 4 Hasil Uji Validitas.....	47
Tabel 4. 5 Uji Reliabilitas .....	49
Tabel 4. 6 Uji Normalitas Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian.....	50
Tabel 4. 7 Uji Normalitas Harga Produk terhadap Keputusan Pembelian.....	51
Tabel 4. 8 Uji Normalitas Label Halal terhadap Keputusan Pembelian .....	52
Tabel 4. 9 Hasil Uji Heterokedastisitas.....	53
Tabel 4. 10 Hasil Uji Heterokedastisitas.....	54
Tabel 4. 11 Hasil Uji Multikolinearitas.....	55
Tabel 4. 12 Uji Linearitas Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian .....	56
Tabel 4. 13 Uji Linearitas Harga Produk Terhadap Keputusan Pembelian .....	57
Tabel 4. 14 Uji Linearitas Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian.....	58
Tabel 4. 15 Uji Linear Sederhana Variable Citra Merek Terhadap Keputusan	

Pembelian .....	59
Tabel 4. 16 Uji Linear Sederhana Variable Harga Produk .....	60
Tabel 4. 17 Uji Linear Sederhana Variable Label Halal .....	60
Tabel 4. 18 Uji Hipotesis ( Uji t ).....	61
Tabel 4. 19 Hasil Uji Koefisien Determinasi .....	62

## LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Persetujuan Seminar Proposal.....	80
Lampiran 2 Surat Persetujuan Sidang Skripsi.....	81
Lampiran 3 Kartu Konsultasi.....	82
Lampiran 4 Kisi-Kisi Instrumen .....	84
Lampiran 5 Hasil Jawaban Variabel X1 Citra Merek.....	86
Lampiran 6 Hasil Jawaban Variabel X2 Harga Produk.....	93
Lampiran 7 Hasil Jawaban Variabel X3 Label Halal.....	100
Lampiran 8 Hasil Jawaban Variabel Y Keputusan Pembelian .....	107
Lampiran 9 Uji Validitas Variabel X1 Citra Merek.....	114
Lampiran 10 Uji Validitas Variabel X2 Harga Produk.....	116
Lampiran 11 Uji Validitas Variabel X3 Label Halal .....	118
Lampiran 12 Uji Validitas Variabel Y Keputusan Pembelian .....	120
Lampiran 13 Hasil Uji Reliabilitas .....	123
Lampiran 14 Hasil Uji Normalitas.....	125
Lampiran 15 Hasil Uji Heterokedastisitas .....	128
Lampiran 16 Hasil Uji Autokorelasi.....	129
Lampiran 17 Hasil Uji Multikolinearitas .....	130
Lampiran 18 Statistik Deskriptif .....	131
Lampiran 19 Hasil Uji Linearitas.....	133
Lampiran 20 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana .....	135
Lampiran 21 Hasil Uji Statistik Variabel Citra Merek ( $X_1$ ), Harga Produk ( $X_2$ ),	

Label Halal ( $X_3$ ) dan Keputusan Pembelian (Y) .....	137
Lampiran 22 Hasil Uji Koefisien Determinasi Variabel Citra Merek ( $X_1$ ), Harga Produk ( $X_2$ ), Label Halal ( $X_3$ ) dan Keputusan Pembelian (Y) ...	138