

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
LEMBAR MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Perumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	6
BAB II KAJIAN TEORETIK	8
A. Deskripsi Konseptual	8
1. Keputusan Pembelian	8
2. Label Halal	14
3. Citra Merek.....	17

B.	Hasil Penelitian yang Relevan	23
C.	Kerangka Teoretik	40
D.	Perumusan Hipotesis.....	42

BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....43

A.	Tempat dan Waktu Penelitian.....	43
1.	Tempat Penelitian	43
2.	Waktu Penelitian.....	43
B.	Metode Penelitian	44
1.	Metode	44
2.	Konstelasi Hubungan Antar Variabel.....	45
C.	Populasi dan Sampling.....	46
D.	Teknik Pengumpulan Data.....	47
1.	Keputusan Pembelian (Variabel Y).....	47
2.	Label Halal (Variabel X ₁).....	51
3.	Citra Merek (Variabel X ₂)	55
E.	Teknik Analisis Data.....	59
1.	Uji Persyaratan Analisis	59
2.	Persamaan Regresi Linier Berganda.....	60
3.	Uji Hipotesis	61
4.	Analisis Korelasi Ganda	63

5. Perhitungan Koefisien Determinasi	63
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	64
A. Deskripsi Data.....	64
1. Data Keputusan Pembelian.....	64
2. Data Label Halal	69
3. Data Citra Merek	72
B. Pengujian Hipotesis	75
1. Pengujian Persyaratan Analisis	75
2. Persamaan Regresi Linier Berganda.....	79
3. Pengujian Hipotesis Penelitian	81
4. Pengujian Analisis Korelasi Ganda	83
5. Pengujian Koefisien Determinasi	84
C. Pembahasan.....	87
BAB V KESIMPULAN, IMPLIKASI DAN SARAN	92
A. Kesimpulan	92
B. Implikasi	93
C. Saran	95
DAFTAR PUSTAKA.....	96
LAMPIRAN	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	

DAFTAR TABEL

Tabel II. 1. Matriks Hasil Penelitian Terdahulu	29
Tabel II. 2. Persamaan dan Perbandingan Jurnal	33
Tabel III. 1 Kisi-kisi Instrumen Keputusan Pembelian.....	48
Tabel III. 2. Skala Penilaian Instrumen Keputusan Pembelian	49
Tabel III. 3. Kisi-kisi Instrumen Label Halal.....	52
Tabel III. 4. Skala Penilaian Instrumen Label Halal.....	53
Tabel III. 5. Kisi-kisi Instrumen Citra Merek	56
Tabel III. 6. Skala Penilaian Instrumen Citra Merek	56
Tabel IV. 1. Statistika Deskriptif Keputusan Pembelian.....	65
Tabel IV. 2. Distribusi Frekuensi Keputusan Pembelian.....	66
Tabel IV. 3. Rata-rata Hitung Skor Indikator Keputusan Pembelian	68
Tabel IV. 4. Statistika Deskriptif Label Halal	69
Tabel IV. 5. Distribusi Frekuensi Label Halal	70
Tabel IV. 6. Rata-rata Hitung Skor Indikator Label Halal	72
Tabel IV. 7. Statistika Deskriptif Citra Merek.....	73
Tabel IV. 8. Distribusi Frekuensi Citra Merek	73
Tabel IV. 9. Rata-rata Hitung Skor Indikator Citra Merek.....	75
Tabel IV. 10. Uji Normalitas	76
Tabel IV. 11. Uji Linieritas Variabel X1 dengan Variabel Y	77
Tabel IV. 12. Uji Linieritas Variabel X2 dengan Variabel Y	78

Tabel IV. 13. Uji Persamaan Regresi Linier Berganda	79
Tabel IV. 14. Uji Signifikansi Simultan (Uji F)	81
Tabel IV. 15. Uji Signifikansi Parsial (Uji t)	82
Tabel IV. 16. Uji Analisis Korelasi Ganda	83
Tabel IV. 17. Uji Koefisien Determinasi Secara Keseluruhan	85
Tabel IV. 18. Uji Koefisien Determinasi Label Halal (X_1) terhadap Keputusan Pembelian.....	86
Tabel IV. 19. Uji Koefisien Determinasi Citra Merek (X_2) terhadap Keputusan Pembelian.....	86

DAFTAR GAMBAR

Gambar I. 1. Contoh Gambar Label Halal (Non MUI).....	3
Gambar III. 1. Konstelasi X1 dan X2 (Label Halal dan Citra Merek) dengan Y (Keputusan Pembelian).....	45
Gambar IV. 1. Grafik Histogram Keputusan Pembelian.....	67
Gambar IV. 2. Grafik Histogram Label Halal.....	71
Gambar IV. 3. Grafik Histogram Citra Merek.....	74
Gambar IV. 4. Grafik Hubungan antara Label Halal dan Citra Merek dengan Keputusan Pembelian Persamaan Regresi $\hat{Y} = 21,271 + 0,317 X_1 + 0,293 X_2$	80