

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL LUAR	1
HALAMAN JUDUL DALAM	ii
HALAMAN PESETUJUAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.1.1 Profil Umum Perusahaan	1
1.1.2 Logo Perusahaan	2
1.1.3 Produk Perusahaan	2
1.2 Latar Belakang Penelitian	4
1.3 Perumusan Masalah	11
1.4 Tujuan Penelitian	11
1.5 Kegunaan Penelitian.....	12
1.5.1 Kegunaan Teoritis.....	12
1.5.2 Kegunaan Praktis	12
1.6 Waktu dan Periode Penelitian	12
1.7 Sistematika Penulisan Tugas Akhir	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	14
2.1 Tinjauan Pustaka Penelitian	14
2.1.1 Pengertian Pemasaran	14
2.1.2 Proses Pemasaran.....	15
2.1.3 Fungsi Pemasaran	16
2.1.4 Perilaku Konsumen.....	16

2.1.5 Pengambilan Keputusan Pembelian.....	18
2.1.6 Pengertian Produk.....	22
2.1.7 Klasifikasi Produk.....	23
2.1.8 Pengetahuan Produk	24
2.1.9 Atribut Produk	26
2.1.10 Produk Halal	28
2.2 Penelitian Terdahulu	29
2.3 Hubungan Antar Variabel	43
2.3.1 Hubungan Pengetahuan Produk dengan Keputusan Pembelian	43
2.3.2 Hubungan Produk Halal dengan Keputusan Pembelian	44
2.4 Kerangka Pemikiran.....	44
2.5 Hipotesis Penelitian.....	47
2.6 Ruang Lingkup Penelitian.....	47
BAB III METODE PENELITIAN	48
3.1 Jenis Penelitian.....	48
3.2 Variabel Operasional dan Skala Pengukuran	49
3.2.1 Variabel Operasional	49
3.2.2 Skala Pengukuran	52
3.3 Populasi dan Sampel	53
3.3.1 Populasi	53
3.4.2 Sampel	53
3.5 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data.....	55
3.5.1 Sumber Data.....	55
3.5.2 Teknik Pengumpulan Data.....	55
3.6 Uji Validitas dan Reliabilitas	56
3.6.1 Uji Validitas	56
3.6.2 Uji Reliabilitas	59
3.7 Teknik Analisis Data dan Pengujian Hipotesis.....	60
3.7.1 Analisis Deskriptif	60
3.7.2 Method Succesive Interval (MSI).....	62
3.7.3 Uji Asumsi Klasik.....	63
3.7.4 Analisis Regresi Linier Berganda	64
3.7.5 Uji Hipotesis	65

3.7.6 Koefisien Determinasi	67
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	68
4.1 Pengumpulan Data	68
4.2 Karakteristik Responden	68
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	68
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	69
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	69
4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	70
4.3 Hasil Penelitian	71
4.3.1 Tanggapan Responden Terhadap Pengetahuan Produk.....	71
4.3.2 Tanggapan Responden Terhadap Produk Halal.....	74
4.3.3 Tanggapan Responden Terhadap Keputusan Pembelian.....	75
4.4 Method of Successive Interval (MSI)	78
4.5 Uji Asumsi Klasik	78
4.5.1 Uji Normalitas	78
4.5.2 Uji Heteroskedastisitas	80
4.5.3 Uji Multikolinieritas.....	81
4.5.4 Uji Regresi Linear Berganda	82
4.6 Uji Hipotesis	83
4.7 Koefisien Determinasi.....	86
4.8 Pembahasan Hasil Penelitian	88
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	92
5.1 Kesimpulan	92
5.2 Saran.....	92
5.2.1 Saran untuk Perusahaan	93
5.2.2 Saran Untuk Peneliti Selanjutnya	93
DAFTAR PUSTAKA	94
LAMPIRAN.....	101