

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	1
BAB I PENDAHULUAN	2
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	2
1.2 Latar Belakang Penelitian	3
1.3 Perumusan Masalah	13
1.4 Pertanyaan Penelitian	14
1.5 Tujuan Penelitian	15
1.6 Manfaat Penelitian	15
1.7 Sistematikan Penulisan Tugas Akhir	16
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	18
2.1 Teori dan Penelitian Terdahulu	18
2.1.1 Manajemen Pemasaran.....	18
2.1.2 Marketing Mix	18
2.1.3 Label Halal	21
2.1.4 Persepsi Harga.....	23
2.1.5 Citra Merek	25
2.1.6 Kualitas Produk.....	28
2.1.7 Keputusan Pembelian.....	31
2.2 Kerangka Pemikiran.....	45
2.3 Hipotesis Penelitian.....	46

2.3.1 Hipotesis Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian.....	46
2.3.2 Hipotesis Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian .	46
2.3.3 Hipotesis Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian.....	46
2.3.4 Hipotesis Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	47
2.3.5 Hipotesis Pengaruh Label Halal, Persepsi Harga, Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	47
BAB III METODE PENELITIAN	48
3.1 Jenis Penelitian.....	48
3.2 Operasional Variabel.....	49
3.2.1 Variabel Operasional.....	49
3.2.2 Teknik Skala Pengukuran	51
3.3 Tahapan Penelitian	52
3.4 Populasi dan Sampel	53
3.4.1 Populasi	53
3.4.2 Sampel.....	54
3.5 Pengumpulan Data dan Sumber Data	55
3.5.1 Pengumupulan Data	55
3.5.2 Sumber Data.....	55
3.6 Uji Validitas dan Reabilitas	56
3.6.1 Uji Validitas	56
3.6.2 Uji Reabilitas.....	56
3.6.3 Uji Asumsi Klasik.....	57
3.7 Teknik Analisis Data.....	58
3.7.1 Teknik Analisis Deskriptif.....	58
3.7.2 Teknik Analisis Verifikatif	60
3.7.3 Pengujian Hipotesis.....	62
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBHASAN.....	64
4.1 Karakteristik Responden	64
4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	64
4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	65
4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	66

4.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Rata-Rata Pendapatan Perbulan	67
4.1.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pembelian Produk Mixue	68
4.1 Hasil Penelitian	68
4.1.1 Uji Instrumen Penelitian	68
4.1.2 Uji Asumsi Klasik	71
4.1.3 Analisis Deskriptif	73
4.1.4 Analisis Verifikatif.....	81
4.1.5 Uji Hipotesis.....	84
4.2 Pembahasan Hasil Penelitian	87
4.2.1 Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Pada Merk Es Krim Mixue Masyarakat Indonesia.....	88
4.2.2 Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Merk Es Krim Masyarakat Indonesia Kualitas Produk Mixue.....	89
4.2.3 Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada Merk Es Krim Masyarakat Indonesia	90
4.2.4 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Merk Es Krim Masyarakat Indonesia	91
4.2.5 Label Halal, Persepsi Harga, Citra merek dan Kualitas Produk berpengaruh secara simultan terhadap Keputusan Pembelian pada merk Es Krim Mixue masyarakat Indonesia	92
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	94
5.1 Kesimpulan	94
5.2 Saran.....	96
5.2.1 Saran Untuk Perusahaan	96
5.2.2 Saran Penelitian Selanjutnya.....	97

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN