

## **DAFTAR ISI**

<b>Halaman Sampul Luar .....</b>	<b>i</b>
<b>Halaman Sampul Dalam.....</b>	<b>ii</b>
<b>Halaman Persetujuan .....</b>	<b>iii</b>
<b>Halaman Pengesahan.....</b>	<b>iv</b>
<b>Halaman Motto .....</b>	<b>v</b>
<b>Halaman Persembahan.....</b>	<b>vi</b>
<b>Kata Pengantar .....</b>	<b>vii</b>
<b>Daftar Isi .....</b>	<b>ix</b>
<b>Daftar Tabel.....</b>	<b>xiv</b>
<b>Daftar Gambar .....</b>	<b>xviii</b>
<b>Daftar Lampiran .....</b>	<b>xix</b>
<b>Abstrak.....</b>	<b>xx</b>

### **BAB I PENDAHULUAN**

A. Latar Belakang .....	1
B. Identifikasi Masalah .....	8
C. Rumusan Masalah .....	9
D. Tujuan Penelitian .....	9

E. Kegunaan Penelian.....	10
F. Ruang Lingkup Dan Keterbatasan Penelitian .....	10
G. Definisi Operasional.....	11
1. Konseptual .....	11
2. Operasional .....	12
H. Sistematika Penulisan Skripsi .....	14

## **BAB II LANDASAN TEORI**

A. Teori Manajemen Pemasaran.....	16
B. Teori Perilaku Konsumen .....	17
1. Pengertian Perilaku Konsumen .....	17
2. Pengukuran Gaya Hidup Konsumen .....	18
3. Pengukuran Gaya Hidup .....	19
4. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Konsumen .....	21
5. Manfaat Karakteristik Gaya Hidup Dalam Pemasaran.....	22
C. Teori <i>Brand Image</i> .....	23
1. Teori <i>Brand</i> .....	23
2. Teori <i>Brand Image</i> .....	25
3. Tingkatan Dan Komponen Citra Merek .....	26
6. Pengukuran Citra merek ( <i>Brand Image</i> ).....	29
D. Teori Label Halal .....	31
1. Teori Label .....	31
2. Teori Label Halal .....	31
E. Keputusan Pembelian.....	38

F. Kajian Penelitian Terdahulu.....	43
G. Kerangka Konseptual .....	54
H. Hipotesis Penelitian.....	54

### **BAB III METODE PENELITIAN**

A. Pendekatan Dan Jenis Penelitian.....	55
B. Populasi, Sampling Dan Sampel Penelitian .....	56
C. Sumber Data, Variable Dan Skala Pengukuran .....	58
D. Teknik Pengumpulan Data Dan Instrument Penelitian.....	59
1. Teknik Pengumpulan Data.....	59
2. Kisi-kisi Instrument Penelitian.....	59
E. Teknik Analisis Data.....	62
1. Uji Validitas .....	62
2. Uji Reliabilitas .....	63
3. Uji Normalitas Data .....	63
4. Uji Asumsi Klasik.....	64
a. Uji Multikolinieritas.....	64
b. Uji Heteroskedastisitas .....	64
5. Analisis Regresi Linier Berganda .....	65
6. Uji Hipotesis .....	65
a. Uji T ( <i>t-test</i> ).....	65
b. Uji F ( <i>f-test</i> ).....	66
7. Analisis Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	66

## **BAB IV HASIL PENELITIAN**

A. Gambaran Umum Objek Penelitian .....	68
B. Profil Responden.....	70
1. Usia Responden .....	71
2. Status Responden .....	72
3. Pendidikan Terakhir Responden .....	72
4. Profesi Responden .....	73
C. Deskripsi Variabel .....	74
1. Variabel Gaya Hidup (X1).....	74
2. Variabel <i>Brand Image</i> (X2) .....	79
3. Variable Label Halal (X3).....	83
4. Variabel Keputusan Pembelian (Y) .....	87
D. Analisis Data .....	92
1. Uji Validitas .....	92
2. Uji Reliabilitas .....	95
3. Uji Normalitas .....	97
4. Uji Asumsi Klasik.....	99
a. Uji Multikolinieritas.....	99
b. Uji Heteroskidastisitas .....	100
5. Regresi Linier Berganda .....	101
6. Uji Hipotesis .....	103
a. Uji T ( <i>t-test</i> ).....	103
b. Uji F ( <i>f-test</i> ).....	105

7. Analisis Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	106
--	-----

## **BAB V PEMBAHASAN PENELITIAN**

A. Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah di Kota Tulungagung.....	108
B. Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah di Kota Tulungagung.....	110
C. Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah di Kota Tulungagung .....	111
D. Pengaruh Gaya Hidup, <i>Brand Image</i> , Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah di Kota Tulungagung ...	113

## **BAB VI PENUTUP**

A. Kesimpulan .....	115
B. Saran.....	116

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **LAMPIRAN-LAMPIRAN**