

DAFTAR ISI

Halaman Sampul Dalam	ii
Halaman Persetujuan Pembimbing	iii
Halaman Pengesahan Penguji	iv
Halaman Motto	v
Halaman Persembahan	vi
Kata Pengantar	vii
Daftar Isi	ix
Dattar Tabel	xi
Daftar Gambar	xii
Daftar Lampiran	xiii
Abstrak	ix
Abstract	x
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Batasan Masalah	8
C. Rumusan Masalah	8
D. Tujuan Penelitian	8
E. Hipotesis Penelitian	9
F. Kegunaan Penelitian	10
G. Penegasan Istilah.....	11
H. Definisi Operasional	13
I. Sistematika Pembahasan	13
BAB II KAJIAN TEORI	
A. Landasan Teoritis	16
1. Labelisasi Halal.....	16
2. Citra Merk	20
3. Rencana keputusan pembelian	22
B. Deskripsi Objek Penelitian.....	25
C. Penelitian Terdahulu	27

D. Kerangka Konseptual	32
E. Hipotesis Penelitian.....	33

BAB III METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	34
B. Variabel Penelitian	35
C. Populasi, Sampling, dan Sampel	35
D. Sumber Data Penelitian	38
E. Teknik Pengumpulan Data	38
F. Instrumen Penelitian.....	39
G. Analisi Data.....	42

BAB IV HASIL PENELITIAN

A. Paparan Data Penelitian	50
B. Analisis Penelitian.....	54
C. Rekapitulasi Hasil Penelitian	70

BAB V PEMBAHASAN

A. Pengaruh labelisasi halal terhadap rencana keputusan pembelian di <i>Salwa bakery</i> Trenggalek	72
B. Pengaruh citra merek terhadap rencana keputusan pembelian di <i>Salwa bakery</i> Trenggalek	75
C. Pengaruh labelisasi halal dan citra merek terhadap rencana keputusan pembelian di <i>Salwa bakery</i> Trenggalek	79

BAB VI PENUTUP

A. Kesimpulan	86
B. Saran	87

DAFTAR PUSTAKA89

LAMPIRAN-LAMPIRAN