

DAFTAR ISI

Halaman Sampul Luar	i
Halaman Sampul Dalam.....	ii
Halaman Persetujuan	iii
Halaman Pengesahan.....	iv
Halaman Motto	v
Halaman Persembahan.....	vi
Halaman Pengantar	vii
Daftar Isi	ix
Daftar Tabel.....	xiii
Daftar Gambar	xiv
Daftar Lampiran.....	xiv
Abstrak	xvi

BAB 1 PENDAHULUAN

A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah	7
C. Rumusan Masalah	8
D. Tujuan Penelitian	8
E. Kegunaan Penelitian.....	9
F. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian.....	9
G. Penegasan Istilah.....	10
H. Sistematika Pembahasan.....	12

BAB II LANDASAN TEORI

A. Pelabelan Halal	13
1. Label	13
2. Halal.....	13
3. Pelabelan Halal.....	14
4. Indikator Pelabelan Halal.....	16
5. Keterkaitan Pelabelan Halal dengan Keputusan Pembelian	17
B. Citra Merek	18
1. Pengertian	18
2. Strategi Merek (<i>Brand</i>).....	19
3. Keterkaitan antara Citra Merek dengan Keputusan Pembelian	20
4. Indikator Citra Merek	20
C. Selebriti Pendukung	21
1. Pengertian	21
2. Jenis-Jenis Pendukung (<i>Endorser</i>)	22
3. Indikator Selebriti Pendukung.....	23
D. Keputusan Pembelian	24
1. Pengertian Keputusan Pembelian.....	24
2. Peran dalam Pembelian.....	25
3. Proses Keputusan Pembelian	25
E. Kajian Penelitian Terdahulu	49
F. Kerangka Konseptual	34

G. Hipotesis Penelitian.....	35
------------------------------	----

BAB III METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	38
1. Pendekatan	38
2. Jenis Penelitian	38
B. Populasi, Sampling dan Sampel Penelitian	39
1. Populasi.....	39
2. Sampling	39
3. Sampel Penelitian	40
C. Sumber Data, Variabel dan Skala Pengukuran	41
1. Sumber Data.....	41
2. Variabel.....	41
3. Skala Pengukuran	42
D. Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian Data.....	43
1. Teknik Pengumpulan Data.....	43
2. Instrumen Penelitian	44
E. Teknik Analisis Data Analisis Data	45
1. Uji Coba Instrumen	46
2. Uji Asumsi Klasik	47
3. Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	49
4. Uji Hipotesis.....	49

5. Analisis Koefisien Determinasi (R^2)	50
---	----

BAB IV HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian	52
B. Deskripsi Responden	59
C. Deskripsi Data Variabel Penelitian	62

BAB V PEMBAHASAAN HASIL PENELITIAN

A. Pengaruh Pelabelan Halal terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah pada Mahasiswi Perbankan Syariah IAIN Tulungagung	85
B. Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah pada Mahasiswi Perbankan Syariah IAIN Tulungagung	87
C. Pengaruh Selebriti Pendukung terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah pada Mahasiswi Perbankan Syariah IAIN Tulungagung	89
D. Pengaruh Pelabelan Halal, Citra Merek dan Selebriti Pendukung terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah pada Mahasiswi Perbankan Syariah IAIN Tulungagung	90

BAB VI PENUTUP

E. Kesimpulan	94
F. Saran	95

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN – LAMPIRAN