

DAFTAR ISI

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

BAB I : PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah	10
C. Rumusan Masalah	10
D. Tujuan Penelitian.....	10
E. Manfaat Penelitian.....	11
F. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Masalah.....	12
G. Penegasan Istilah	13

BAB II : LANDASAN TEORI

A. <i>Brand Image</i> (Citra Merek).....	15
B. Sertifikasi Halal.....	22
C. Iklan.....	26
D. Keputusan Pembelian.....	31
E. Kajian Penelitian Terdahulu.....	35
F. Kerangka Konseptual	39
G. Hipotesis Penelitian.....	39

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	40
B. Populasi, Sampling, dan Sampel Penelitian	40
C. Sumber Data, Variabel, dan Skala Pengukuran	44
D. Teknik Pengumpulan Data	45
E. Instrumen Penelitian.....	47
F. Analisis Data	48

BAB IV : HASIL PENELITIAN

A. Deskripsi Perusahaan	56
B. Deskripsi Responden	58
C. Deskripsi Variabel.....	61
D. Uji Instrumen.....	66
E. Uji Asumsi Klasik	71
F. Uji Regresi Linier Berganda	73
G. Uji Hipotesis.....	74

BAB V : PEMBAHASAN

- A. Pengaruh *Brand Image* dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Produk Wardah..... 79
- B. Pengaruh Sertifikasi Halal dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Produk Wardah..... 81
- C. Pengaruh Faktor Iklan dalam Pengambilan Keputusan pembelian Produk Wardah..... 83

BAB VI : PENUTUP

- A. Kesimpulan..... 87
- B. Saran..... 88

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel	Hal.
1.1 Tabel Penjualan Produk Wardah	3
3. 1 Skor pada Skala likert	45
3.2 Kisi-Kisi Instrumen Penelitian	47
4.1 Usia Responden	59
4.2 Jenis Pekerjaan Responden.....	60
4.3 Lama Pemakaian Produk	61
4.4 Jumlah Skor Pada Variabel <i>Brand Image</i> (X1)	62
4.5 Jumlah Skor Pada Variabel Sertifikasi Halal (X2)	63
4.6 Jumlah Skor pada Variabel Iklan (X3)	64
4.7 Jumlah Skor Pada Variabel Keputusan Pembelian (Y)	65
4.8 Uji Validitas <i>Brand Image</i> (X1)	66
4.9 Uji Validitas Sertifikasi Halal (X2)	67
4.10 Uji Validitas Iklan (X3)	67
4.11 Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y)	68
4. 12 Uji Reliabilitas <i>Brand Image</i> (X1)	69
4.13 Uji Reliabilitas Sertifikasi Halal (X2)	70
4.14 Uji Reliabilitas Iklan (X3)	70
4.15 Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian (Y)	71
4.16 Uji Normalitas	71
4.17 Uji Multikolinearitas.....	72

4.18 Uji Heteroskedastisitas	72
4.19 Uji Autokorelasi.....	73
4.20 Uji Regresi Linier berganda.....	73
4.21 Uji Parsial (Uji t)	74
4.22 Uji Simultan (Uji F)	76
4.23 Uji Koefisien Determinasi.....	77

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Hal.
2.1 Kerangka Konseptual.....	39