

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL DEPAN.....	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	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
ABSTRAK.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah	10
C. Rumusan Masalah	11
D. Tujuan Penelitian.....	11
E. Manfaat Penelitian.....	12
F. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian	13
G. Penegasan Istilah	14
H. Sistematika Penulisan Skripsi	15
BAB II LANDASAN TEORI	18
A. <i>Brand Image</i> (Citra Merek).....	18
B. Sertifikasi Halal.....	25
C. Keputusan Pembelian.....	28
D. Penelitian Terdahulu	32
E. Kerangka Konseptual	37
F. Hipotesis Penelitian.....	38
BAB III METODE PENELITIAN	40
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	40

B. Populasi, Sampling, dan Sampel Penelitian	41
C. Sumber Data, Variabel, dan Skala Pengukuran	45
D. Teknik Pengumpulan Data Dan Instrument Penelitian	48
E. Teknik Analisis Data	51
1. Analisis Deskriptif	52
2. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	53
3. Uji Asumsi Klasik	54
4. Uji Analisis Regresi Linier Berganda	56
5. Uji Hipotesis	57
6. Uji Koefisien Determinasi (R²)	59
BAB IV HASIL PENELITIAN	61
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	61
B. Deskripsi Responden dan Data	63
C. Deskripsi Variabel	66
D. Teknik Analisis Data	69
1. Statistik Deskriptif	69
2. Uji Validitas	70
3. Uji Reliabilitas	73
BAB V PEMBAHASAN	81
A. Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Mixue Nirwana Plaza Tulungagung	81
B. Pengaruh Sertifikasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Mixue Nirwana Plaza Tulungagung	83
C. Pengaruh <i>Brand Image</i> dan Sertifikasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Mixue Nirwana Plaza Tulungagung	86
BAB VI PENUTUP	88
A. Kesimpulan	88
B. Saran	90

DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN – LAMPIRAN