

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.....	xiii
Daftar Gambar.....	xv
Daftar Bagan	xvi
Daftar Lampiran	xvii
Abstrak	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	13
C. Tujuan Penelitian.....	14
D. Manfaat Penelitian	15
E. Ruang Lingkup dan Keterbatasan penelitian	16
F. Penegasan Istilah.....	17
G. Sistematika Penulisan Skripsi	19

BAB II LANDASAN TEORI	21
A. Persepsi Label Halal.....	21
1. Label.....	21
2. Halal	24
3. Pengertian Persepsi Label Halal.....	27
B. <i>Selebgram Endorser</i>	32
1. Pengertian <i>Selebgram Endorser</i>	32
2. Kriteria <i>Selebgram Endorser</i>	36
3. Peran <i>Selebgram Endorser</i>	39
C. <i>TikTok Endorser</i>	42
1. Pengertian Aplikasi TikTok.....	42
2. Aspek-aspek Tingkat Penggunaan Aplikasi TikTok	44
D. Keputusan Pembelian.....	45
1. Pengertian Keputusan Pembelian.....	45
2. Tahap-tahap Pengambilan Keputusan	48
3. Indikator Keputusan Pembelian	49
4. Keputusan Pembelian Menurut Perspektif Syariah.....	51
E. Penelitian Terdahulu.....	53
F. Kerangka Konseptual	62
G. Hipotesis Penelitian.....	64
BAB III METODE PENELITIAN	66
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	66
B. Populasi, Sampling, dan Sampel Penelitian.....	67

C. Sumber Data.....	70
D. Variabel dan Skala Pengukuran.....	70
E. Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian	71
F. Teknik Analisis Data	74
1. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	74
2. Uji Asumsi Klasik	75
a. Uji Normalitas.....	75
b. Uji Multikolinearitas	76
c. Uji Heteroskedastisitas.....	76
3. Analisis Regresi Linear Berganda.....	77
4. Uji Hipotesis	77
a. Uji Signifikansi Individual (Uji T).....	77
b. Uji Simultan (Uji F)	78
c. Uji Determinan (R ²)	78
BAB IV HASIL PENELITIAN	80
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	80
B. Deskripsi Data.....	81
1. Deskripsi Responden.....	81
2. Deskripsi Variabel	85
C. Uji Instrumen	98
1. Uji Validitas.....	98
2. Uji Reliabilitas	100
3. Uji Normalitas.....	100

4. Uji Multikolinearitas	102
5. Uji Heteroskedastisitas	103
D. Analisis Data	106
1. Uji Regresi Linear Berganda.....	106
2. Uji Hipotesis	108
a. Uji T (Secara Parsial)	108
b. Uji Simultan (Uji F)	109
c. Uji Determinan (R ²)	111
BAB V PEMBAHASAN	112
A. Pengaruh Persepsi Label Halal pada Produk <i>The Originote</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	112
B. Pengaruh <i>Selebgram Endorser</i> pada Produk <i>The Originote</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	115
C. Pengaruh <i>TikTok Endorser</i> pada Produk <i>The Originote</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	119
D. Pengaruh Persepsi Label Halal, <i>Selebgram Endorser</i> , dan <i>TikTok</i> <i>Endorser</i> pada Produk <i>The Originote</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	121
BAB VI PENUTUP	125
A. Kesimpulan	125
B. Saran.....	126
DAFTAR PUSTAKA	127
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	132