

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL LUAR.....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN SAMPUL DALAM.....</b>	<b>i</b>
<b>PERSETUJUAN PEMBIMBING.....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI.....</b>	<b>iii</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN.....</b>	<b>iv</b>
<b>PUBLIKASI KARYA ILMIAH.....</b>	<b>v</b>
<b>MOTTO.....</b>	<b>vi</b>
<b>PERSEMBAHAN.....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>xv</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>xvi</b>
<b><i>ABSTRACT</i>.....</b>	<b>xviii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	14
C. Rumusan Masalah.....	15
D. Tujuan Penelitian.....	15
E. Kegunaan Penelitian.....	16
F. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian.....	18
G. Penegasan Istilah.....	19
H. Sistematika Penulisan Skripsi.....	21
<b>BAB II LANDASAN TEORI.....</b>	<b>23</b>
A. Manajemen Pemasaran.....	23
B. Teori Perilaku Konsumen.....	25
C. Minat Pembelian.....	27
D. Labelisasi Halal.....	32
E. Persepsi Harga.....	35

F. Kualitas Produk.....	37
G. Citra Merek.....	40
H. Hubungan Antar Variabel.....	42
I. Kajian Penelitian Terdahulu.....	43
J. Kerangka Konseptual.....	51
K. Hipotesis Penelitian.....	55
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>57</b>
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	57
B. Populasi, Sampling, dan Sampel Penelitian.....	58
1. Populasi.....	58
2. Sampling.....	58
3. Sampel Penelitian.....	59
C. Sumber Data, Variabel Penelitian, dan Skala Pengukuran.....	60
1. Sumber Data.....	60
2. Variabel Penelitian.....	61
3. Skala Pengukuran.....	61
D. Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian.....	62
1. Teknik Pengumpulan Data.....	62
2. Instrumen Penelitian.....	62
E. Teknik Analisis Data.....	66
1. Uji Instrumen Penelitian.....	66
2. Uji Asumsi Klasik.....	67
3. Analisis Regresi Linier Berganda.....	70
4. Uji Hipotesis.....	71
5. Uji Koefisien Determinasi $R^2$ .....	73
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN.....</b>	<b>74</b>
A. Deskripsi Data.....	74
1. Deskripsi Objek Penelitian.....	74
2. Deskripsi Karakteristik Responden.....	76
3. Analisis Deskriptif Variabel.....	79
B. Hasil Penelitian.....	91
1. Uji Instrumen.....	91

a) Uji Validitas .....	91
b) Uji Reliabilitas.....	95
2. Analisis Data .....	96
a) Uji Asumsi Klasik .....	96
1) Uji Normalitas .....	96
2) Uji Multikolinieritas .....	98
3) Uji Heteroskedastisitas .....	99
4) Uji Autokorelasi .....	100
3. Uji Regresi Linier Berganda.....	102
4. Uji Hipotesis.....	104
a) Uji F (Simultan).....	104
b) Uji T (Parsial).....	105
5. Uji Koesfisien Determinasi $R^2$ .....	108
<b>BAB V PEMBAHASAN.....</b>	<b>109</b>
A. Pengaruh Labelisasi Halal, Persepsi Harga, Kualitas Produk, dan Citra Merek Terhadap Minat Pembelian Pada Produk Kosmetik Emina di Kabupaten Tulungagung. ....	109
B. Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Minat Pembelian Pada Produk Kosmetik Emina di Kabupaten Tulungagung. ....	112
C. Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Minat Pembelian Pada Produk Kosmetik Emina di Kabupaten Tulungagung. ....	114
D. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Pembelian Pada Produk Kosmetik Emina di Kabupaten Tulungagung. ....	116
E. Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Pembelian Pada Produk Kosmetik Emina di Kabupaten Tulungagung.....	118
<b>BAB VI PENUTUP.....</b>	<b>121</b>
A. Kesimpulan.....	121
B. Saran .....	121
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>124</b>
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN.....</b>	<b>134</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Logo, Produk dan Harga Emina .....	7
Tabel 3.1 Skala Pengukuran Kuesioner.....	62
Tabel 3.2 Variabel Penelitian dan Kisi-Kisi Intrumen Penelitian .....	63
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Wanita Muslimah Berdomisili di Kabupaten Tulungagung ...	77
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	78
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	79
Tabel 4.4 Distribusi Frekuensi Variabel Labelisasi Halal .....	80
Tabel 4.5 Distribusi Frekuensi Variabel Persepsi Harga .....	82
Tabel 4.6 Distribusi Frekuensi Variabel Kualitas Produk .....	85
Tabel 4.7 Distribusi Frekuensi Variabel Citra Merek .....	87
Tabel 4.8 Distribusi Frekuensi Variabel Minat Pembelian .....	89
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Variabel Labelisasi Halal.....	92
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Variabel Persepsi Harga .....	93
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk.....	93
Tabel 4.12 Hasil Uji Validitas Variabel Citra Merek .....	94
Tabel 4.13 Hasil Uji Validitas Variabel Minat Pembelian .....	95
Tabel 4.14 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Labelisasi Halal, Persepsi Harga, Kualitas Produk, Citra Merek, dan Minat Pembelian.....	96
Tabel 4.15 Hasil Uji Normalitas One Sample Kolmogrov-Smirnov Test .....	97
Tabel 4.16 Hasil Uji Multikolinieritas .....	98
Tabel 4.17 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	100
Tabel 4.18 Hasil Uji Autokorelasi.....	101
Tabel 4.19 Hasil Uji Regresi Linier Berganda .....	102
Tabel 4.20 Hasil Uji F (Simultan) .....	104
Tabel 4.21 Hasil Uji T (Parsial).....	105
Tabel 4.22 Hasil Uji Koefisien Determinasi $R^2$ .....	108

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 <i>Brand</i> Kosmetik Lokal Paling Banyak Digunakan.....	6
Gambar 1.2 Total Penjualan <i>Brand</i> Emina di <i>E-Commerce</i> .....	9
Gambar 2.1 Logo Terbaru Halal.....	33
Gambar 2.2 Kerangka Konseptual.....	51
Gambar 5.1 Profil Emina.....	75

## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2 : Daftar Pertanyaan
- Lampiran 3 : Tabulasi Data
- Lampiran 4 : Distribusi Frekuensi
- Lampiran 5 : Hasil Uji Validitas
- Lampiran 6 : Hasil Uji Reliabilitas
- Lampiran 7 : Hasil Uji Asumsi Klasik
- Lampiran 8 : Hasil Uji Regresi Linier Berganda
- Lampiran 9 : Hasil Uji Hipotesis
- Lampiran 10 : Hasil Uji Koefisien Determinasi  $R^2$
- Lampiran 11 : Kartu Kendali Bimbingan Skripsi
- Lampiran 12 : Daftar Riwayat Hidup