

DAFTAR ISI

SAMPUL LUAR	i
SAMPUL DALAM.....	ii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN	iii
PERSETUJUAN PEMBIMBING	iv
PENGESAHAN PENGUJI	v
SURAT PERNYATAAN KESEDIAAN PUBLIKASI	vi
MOTTO	vii
PERSEMBAHAN	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
ABSTRAK	xvi
ABSTRACT	xvii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	9
C. Tujuan Penelitian	10
D. Manfaat Penelitian	10
E. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian	11
F. Penegasan Istilah.....	12
G. Sistematika Penelitian.....	13
BAB II	16
KAJIAN PUSTAKA	16
A. Manajemen Pemasaran	16
B. Duta Merek	17
C. Citra Merek	20
D. Labelisasi Halal.....	24
E. Kualitas Produk.....	29

F. Harga.....	33
G. Keputusan Pembelian.....	36
H. Penelitian Terdahulu	38
I. Kerangka Konseptual.....	44
J. Hipotesis Penelitian	44
BAB III.....	46
METODE PENELITIAN.....	46
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	46
B. Populasi, Sampel, dan Sampling.....	47
C. Sumber Data, Variabel dan Skala Pengukuran	48
D. Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian.....	50
E. Teknik Analisis Data.....	52
BAB IV.....	60
HASIL PENELITIAN	60
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	60
B. Karakteristik Responden.....	61
C. Deskripsi Variabel	62
D. Analisis Data.....	66
BAB V	75
PEMBAHASAN.....	75
A. Pengaruh Duta merek, Citra Merek, Labelisasi Halal, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk MS GLOW	75
B. Pengaruh Duta merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk MS Glow	76
C. Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk MS Glow.....	78
D. Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk MS Glow	79
E. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk MS Glow	81
F. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk MS Glow	82
BAB VI.....	85
PENUTUP.....	85
A. Kesimpulan	85
B. Saran	87
DAFTAR PUSTAKA.....	89
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	94