

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL DEPAN.....	i
HALAMAN JUDUL	ii
LEMBAR PERSETUJUAN	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN	v
LEMBAR PUBLIKASI	vi
MOTTO	vii
PERSEMBAHAN	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
ABSTRAK	xix
<i>ABSTRACT</i>	xx
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah dan Batasan Penelitian	15
C. Rumusan Masalah	16
D. Tujuan Penelitian	17
E. Kegunaan Penelitian	18
F. Ruang Lingkup Penelitian.....	19
G. Penegasan Variabel	20
H. Sistematika Penulisan Skripsi	22

BAB II LANDASAN TEORI	25
A. Manajemen Pemasaran	25
B. Persepsi Harga	29
C. Labelisasi Halal.....	34
D. Kualitas Produk.....	39
E. <i>Brand Awareness</i>	45
F. Keputusan Pembelian.....	48
G. Penelitian Terdahulu	53
H. Kerangka Teori	69
I. Hipotesis Penelitian	70
BAB III METODE PENELITIAN	72
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	72
B. Lokasi Penelitian.....	72
C. Variabel dan Pengukuran	73
D. Populasi, Sampling, dan Sampel Penelitian.....	74
E. Instrumen Penelitian	77
F. Teknik Pengumpulan Data.....	79
G. Analisis Data	80
H. Tahapan Penelitian.....	86
BAB IV HASIL PENELITIAN.....	89
A. Deskripsi Data.....	89
B. Temuan Penelitian	94
BAB V PEMBAHASAN	118
A. Pengaruh Persepsi Harga, Labelisasi Halal, Kualitas Produk, dan <i>Brand Awareness</i> Terhadap Keputusan Pembelian Produk <i>Skincare Ms Glow</i> Mahasiswa FEBI UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung.....	118
B. Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian	

Produk <i>Skincare</i> Ms Glow Mahasiswa FEBI UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung.....	121
C. Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk <i>Skincare</i> Ms Glow Mahasiswa FEBI UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung.....	125
D. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk <i>Skincare</i> Ms Glow Mahasiswa FEBI UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung.....	130
E. Pengaruh <i>Brand Awareness</i> Terhadap Keputusan Pembelian Produk <i>Skincare</i> Ms Glow Mahasiswa FEBI UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung.....	134
BAB VI PENUTUP	138
A. Kesimpulan	138
B. Saran	139
DAFTAR PUSTAKA.....	141
LAMPIRAN.....	146

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Perbandingan Daftar Harga Produk <i>Skincare</i>	6
Tabel 2 Jumlah Mahasiswa FEBI	75
Tabel 3 Instrumen Penelitian	77
Tabel 4 Produk Ms Glow	92
Tabel 5 Daftar Harga Produk Ms Glow	93
Tabel 6 Responden Berdasarkan Usia	94
Tabel 7 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	95
Tabel 8 Responden Berdasarkan Program Studi.....	95
Tabel 9 Jawaban Responden Berdasarkan Variabel Persepsi Harga	97
Tabel 10 Jawaban Responden Berdasarkan Variabel Labelisasi Halal	97
Tabel 11 Jawaban Responden Berdasarkan Variabel Kualitas Produk	98
Tabel 12 Jawaban Responden Berdasarkan Variabel <i>Brand Awareness</i>	99
Tabel 13 Jawaban Responden Berdasarkan Variabel Keputusan Pembelian	
.....	99
Tabel 14 Hasil Uji Validitas Persepsi Harga	101
Tabel 15 Hasil Uji Validitas Labelisasi Halal.....	102
Tabel 16 Hasil Uji Validitas Kualitas Produk.....	102
Tabel 17 Hasil Uji Validitas <i>Brand Awareness</i>	103
Tabel 18 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian	103
Tabel 19 Hasil Uji Reliabilitas.....	104
Tabel 20 Hasil Uji Normalitas	105
Tabel 21 Hasil Uji Multikolinieritas	108

Tabel 22 Hasil Uji Heteroskedastisitas	109
Tabel 23 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	111
Tabel 24 Hasil Uji-F Simultan.....	113
Tabel 25 Hasil Uji-T Parsial	114
Tabel 26 Hasil Uji Koefisien Determinan.....	117

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Merek Pelembab Wajah dengan Pangsa Pasar Terbesar di E-Commerce	4
Gambar 2 Foto Produk Skincare Ms Glow	89
Gambar 3 Logo Ms Glow	91
Gambar 4 P-Plot.....	107
Gambar 5 Scatterplot	110

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Instrumen Penelitian.....	147
Lampiran 2 Kuesioner Penelitian.....	150
Lampiran 3 Tabulasi Data Kuesioner Penelitian	155
Lampiran 4 Hasil Uji Analisis Data SPSS	170
Lampiran 5 Dokumentasi Penelitian.....	181
Lampiran 6 Kartu Kendali Bimbingan Skripsi	182
Lampiran 7 Daftar Riwayat Hidup Peneliti	195