

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN PEMBINGBING	ii
PENGESAHAN PENGUJI	iv
MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah	8
C. Rumusan Masalah	9
D. Tujuan Masalah	9
E. Kegunaan Penelitian.....	10
F. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian	11
G. Penegasan Istilah.....	12
BAB II DASAR TEORI.....	14
A. Landasan Teori	14
B. Kajian Teori Terdahulu.....	40
C. Kerangka Konseptual	47
D. Pengembangan Hipotesis Penelitian	48
BAB III METODE PENELITIAN	49
A. Metode Penelitian.....	50
B. Populasi, Sampling, dan Sampel Penelitian.....	52
C. Sumber Data, Variabel Penelitian, dan Skala Pengukuran.....	54
D. Teknik Pengumpulan dan Instrumen Penelitian.....	57
E. Teknik Analisis Data	62

BAB IV HASIL PENELITIAN	71
A. Deskripsi Objek Penelitian.....	71
B. Uji Instrumen Penelitian	72
C. Uji Asumsi Klasik	82
D. Uji Regresi Berganda	85
BAB V PEMBAHASAN	91
A. Pengaruh Iklan Terhadap Keputusan Pembelian di Shopee (Studi pada Konsumen Shopee di Kabupaten Tulungagung).....	91
B. Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian di Shopee (Studi Pada Konsumen Shopee di Kabupaten Tulungagung).....	92
C. Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian di Shopee (Studi Pada Konsumen Shopee di Kabupaten Tulungagung)	94
D. Pengaruh Halal Awareness Terhadap Keputusan Pembelian di Shopee (Studi Pada Konsumen Shopee di Kabupaten Tulungagung)	95
E. Pengaruh Simultan Iklan, Brand Image, dan Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembeli di Shopee (Studi Pada Konsumen Shopee di Kabupaten Tulungagung	97
BAB VI KESIMPULAN	100
A. Kesimpulan	100
B. Saran.....	106
DAFTAR PUSTAKA.....	107
LAMPIRAN- LAMPIRAN	106

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 skala likert.....	46
Tabel 4.1 Ditribusi Kuisisioner.....	72
Tabel 4.2 Responden berdasarkan jenis kelamin	73
Tabel 4.3 Responden berdasarkan usia	73
Tabel 4.4 Jawaban Renponden Berdasarkan Variabel Iklan	74
Tabel 4.5 Jawaban Renponden Berdasarkan Variabel Brand Image.....	75
Tabel 4.6 Jawaban Renponden Berdasarkan Variabel Labeliasasi Halal.....	76
Tabel 4.7 Jawaban Renponden Berdasarkan Variabel Halal Awareness.....	77
Tabel 4.8 Jawaban Renponden Berdasarkan Variabel Keputusan Pembeli ...	78
Tabel 4.9 Uji Validitas Variabel Iklan	79
Tabel 4.10 Uji Reabilitas	82
Tabel 4.11 Uji Multikolinearitas	83
Tabel 4.12 Uji Normalitas.....	84
Tabel 4.13 Uji Heteroskedastisitas.....	85
Tabel 4.14 Uji Regresi Berganda	85
Tabel 4.15 Uji F Simultan.....	87
Tabel 4.16 Uji T Parsial	88
Tabel 4.17 Uji Koefisien Determinasi	90

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Pengguna Internet Dan Media Sosial	1
Gambar 1.2 E-comemerce Dengan Nilai Transaksi Bruto/GMV	<u>3</u>

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Tabulasi Data Responden.....	1
Lampiran 2: Kuesioner Penelitian.....	2
Lampiran 3: Dokumentasi.....	3
Lampiran 4: Kartu Kendali Bimbingan.....	4
Lampiran 5: Surat Pernyataan Keaslian Temuan.....	5
Lampiran 6: Data Riwayat Hidup.....	6