

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL LUAR	i
HALAMAN SAMPUL DALAM.....	ii
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN	iii
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	iv
PENGESAHAN	v
LEMBAR PENYATAAN KESEDIAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH. vi	
MOTTO	vii
PERSEMBAHAN.....	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
ABSTRAK	xviii
ABSTRACT	xix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah dan Batasan Penelitian.....	10
C. Rumusan Masalah	11
D. Tujuan Penelitian	12
E. Kegunaan Penelitian.....	13
F. Ruang Lingkup.....	14
G. Penegasan Istilah.....	14

H. Sistematis Penulisan Skripsi	18
BAB II LANDASAN TEORI	21
A. Kajian Teori	21
1. <i>Theory Of Planned Behavior</i> (TPB)	21
2. Keputusan Pembelian.....	22
3. Labelisasi Halal	27
4. Kualitas Produk.....	32
5. Harga	35
6. Promosi	39
B. Penelitian Terdahulu	42
C. Kerangka Konseptual	48
D. Hipotesis Penelitian	50
BAB III METODE PENELITIAN	52
A. Pendekatan dan Jenis.....	52
B. Lokasi Penelitian.....	52
C. Variabel dan Skala Pengukuran	53
D. Populasi, Sampling, dan Sampel Penelitian	54
E. Instrument Penelitian	57
F. Teknik Pengumpulan Data	59
G. Teknik Analisis Data.....	59
1. Uji Validitas dan Reliabilitas	60
2. Uji Asumsi klasik	61
a. Uji Normalitas.....	61
b. Uji Multikolinieritas.....	62
c. Uji Heteroskedastisitas.....	63
3. Analisis Regresi Linier Berganda	63
4. Uji Hipotesis.....	64
a. Uji Simultas (Uji F).....	64
b. Uji Persial (Uji T).....	65

c. Uji Determinan (R^2)	65
H. Tahapan Penelitian	66
BAB IV HASIL PENELITIAN.....	67
A. Gambaran Umum Obyek Penelitian	67
B. Deskripsi Responden.....	68
C. Deskripsi Variabel.....	72
D. Hasil Analisis Data.....	83
1. Uji Validitas	83
2. Uji Reliabilitas	85
E. Teknik Analisis Data.....	86
1. Uji Asumsi klasik	86
a. Uji Normalitas.....	86
b. Uji Multikolinieritas.....	88
c. Uji Heteroskedastisitas.....	90
2. Analisis Regresi Linier Berganda	92
3. Uji Hipotesis	95
a. Uji Simultas (Uji F).....	95
b. Uji Parsial (Uji T).....	96
c. Uji Determinan (R^2)	99
BAB V PEMBAHASAN	100
A. Pengaruh Labelisasi Halal, Kualitas Produk, Harga, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Viva Kosmetik.....	100
B. Pengaruh Labelisasi Halal (X_1) terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Viva Kosmetik	103
C. Pengaruh Kualitas Produk (X_2) terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Viva Kosmetik	106
D. Pengaruh Harga (X_3) terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Viva Kosmetik.....	108
E. Pengaruh Promosi (X_4) terhadap Keputusan Pembelian pada	

Produk Viva Kosmetik.....	111
BAB VI	113
A. Kesimpulan	113
B. Saran	114
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Daftar Produk Kosmetik Berlebelisasi Halal di Indonesia	5
Tabel 1.2 Definisi Operasional	17
Tabel 3.1 Skala Likert	54
Tabel 3.2 Instrumen Penelitian	57
Tabel 3.3 Interpretasi Koefisien Korelasi	61
Tabel 4.1 Karakteristik Responden berdasarkan Domisili.....	69
Tabel 4.2 Jenis Kelamin Responden	70
Tabel 4.3 Usia Responden.....	71
Tabel 4.4 Keputusan Pembelian.....	73
Tabel 4.5 Labelisasi Halal.....	75
Tabel 4.6 Kualitas Produk.....	77
Tabel 4.7 Harga.....	79
Tabel 4.8 Promosi	82
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Variabel Penelitian.....	84
Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Penelitian	85
Tabel 4.11 Hasil Uji Normalitas	87
Tabel 4.12 Hasil Uji Multikolinieritas	89
Tabel 4.13 Hasil Uji Heteroskedastisitas	90
Tabel 4.14 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	92
Tabel 4.15 Hasil Uji Simulta (F).....	95
Tabel 4.16 Hasil Uji Persial (T).....	96
Tabel 4.17 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	99

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Logo Label Halal.....	29
Gambar 2.2 Kerangka Konsep	49
Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas.....	88
Gambar 4.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas	91

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Kuesioner Penelitian.....	125
Lampiran 2 : Tabulasi Data Angket	131
Lampiran 3 : Hasil Uji.....	140
Lampiran 4: Kartu Kendali Bimbingan.....	149
Lampiran 5: Pernyataan Keaslian Tulisan	160
Lampiran 6: Daftar Riwayat Hidup.....	161