

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL LUAR.....	i
HALAMAN SAMPUL DALAM.....	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	iii
PENGESAHAN PENGUJI.....	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
ABSTRAK	xiv
ABSTRAC	xv
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah:	14
C. Rumusan Masalah:.....	18
D. Tujuan Penelitian	19
E. Kegunaan Penelitian	20
G. Penegasan Istilah.....	22
H. Sistematika Penulisan	28
BAB II	31
LANDASAN TEORI.....	31
A. Keputusan Pembelian	31
B. Persepsi Harga.....	32
C. Label Halal	35
D. Kualitas Produk.....	37
E. Citra Merek	39
F. Teori Perilaku Konsumen.....	41

G. Pengaruh Persepsi Harga, Label Halal, Dan Kualitas Produk Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Citra Merek Sebagai Variabel <i>Intervening</i>	42
H. Pengaruh Persepsi Harga, Label Halal, Dan Kualitas Produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian melalui citra merek sebagai variabel <i>intervening</i>	49
I. Hasil Penelitian Terdahulu	54
J. Kerangka Konseptual	70
K. Hipotesis Penelitian	71
BAB III.....	75
METODE PENELITIAN.....	75
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	75
B. Sumber Data, Variabel, dan Skala Pengukuran	78
C. Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian	84
D. Teknik Analisis Data	89
BAB IV	94
HASIL PENELITIAN	94
A. Gambaran Umum.....	94
B. Deskripsi Hasil Penelitian	96
C. Karakteristik Responden	97
D. Pengujian Hipotesis	101
BAB V.....	112
PEMBAHASAN.....	112
A. Pengaruh Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Kosmetik Wardah di Kabupaten Tulungagung.....	112
B. Pengaruh Label Halal terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Kosmetik Wardah di Kabupaten Tulungagung.....	114
C. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Kosmetik Wardah di Kabupaten Tulungagung.....	116
D. Pengaruh Persepsi Harga terhadap Citra Merek pada Kosmetik Wardah di Kabupaten Tulungagung.....	120
E. Pengaruh Label Halal terhadap Citra Merek pada Produk Kosmetik di Kabupaten Tulungagung.	124

F.	Pengaruh Kualitas Produk terhadap Citra Merek pada Produk Wardah di Kabupaten Tulungagung.....	125
G.	Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Kosmetik Wardah di Kabupaten Tulungagung.....	127
H.	Pengaruh Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Kosmetik Wardah di Kabupaten Tulungagung dengan Citra Merek Sebagai Variabel <i>Intervening</i>	130
I.	Pengaruh Label Halal terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Kosmetik Wardah di Kabupaten Tulungagung dengan Citra Merek Sebagai Variabel <i>Intervening</i>	132
J.	Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Kosmetik Wardah di Kabupaten Tulungagung dengan Citra Merek Sebagai Variabel <i>Intervening</i>	134
BAB VI.....		141
PENUTUP.....		141
A.	Kesimpulan.....	141
B.	Saran	142
DAFTAR PUSTAKA		144
LAMPIRAN-LAMPIRAN		151