

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL DEPAN	i
HALAMAN JUDUL	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
PENGESAHAN	iv
PERNYATAAN KEASLIAN	v
MOTTO	vii
PERSEMBAHAN.....	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
ABSTRAK	xvii
ABSTRACT	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah	9
C. Rumusan Masalah	10
D. Tujuan Penelitian	10
E. Kegunaan Penelitian.....	11
F. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian	12
G. Penegasan Istilah	13
H. Sistematika Penulisan	15

BAB II LANDASAN TEORI	17
A. Perilaku Konsumen	17
B. Labelisasi Halal	20
C. Promosi	29
D. Pendampingan	33
E. Peningkatan Penjualan	36
F. Kajian Penelitian Terdahulu	40
G. Kerangka Konseptual	45
H. Pengembangan Hipotesis Penelitian	46
BAB III METODE PENELITIAN	48
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	48
B. Lokasi Penelitian	49
C. Sumber data, Variabel dan Skala Pengukuran	49
D. Populasi, Sampling, dan Sampel Penelitian	52
E. Instrumen Penelitian	53
F. Teknik Pengumpulan Data	56
G. Teknik Analisis Data	56
BAB IV HASIL PENELITIAN	67
A. Deskripsi Data	67
B. Deskripsi Variabel	70
C. Analisis Data	72
BAB V PEMBAHASAN	86
A. Pengaruh Labelisasi Halal (X1), Promosi (X2), Pendampingan PLUT- KUMKM (X3) Tulungagung Terhadap Peningkatan Penjualan (Y) UMKM di Tulungagung	86

B. Pengaruh Labelisasi Halal (X1) terhadap Peningkatan Penjualan UMKM.....	88
C. Pengaruh Promosi (X2) terhadap Peningkatan Penjualan UMKM	89
D. Pengaruh Pendampingan (X3) PLUT KUMKM terhadap Peningkatan Penjualan UMKM di Tulungagung.....	92
BAB VI PENUTUP	95
A. Kesimpulan	95
B. Saran.....	96
DAFTAR PUSTAKA	98
LAMPIRAN-LAMPIRAN	102

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Skala Pengukuran.....	51
Tabel 3.2 Instrumen Variabel.....	54
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	67
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	68
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	68
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	69
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Menggunakan Layanan PLUT	70
Tabel 4.6 Deskripsi Variabel Penelitian Keputusan Pembelian Konsumen (Y)....	71
Tabel 4.7 Deskripsi Variabel Penelitian Labelisasi Halal (X1)	72
Tabel 4.8 Deskripsi Variabel Penelitian Promosi (X2).....	72
Tabel 4.9 Deskripsi Variabel Penelitian Pendampingan (X3)	72
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas.....	73
Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas	74
Tabel 4.12 Hasil Uji Multikolinearitas.....	75
Tabel 4.13 Hasil Uji Heteroskedastisitas	76
Tabel 4.14 Hasil Uji Autokorelasi	77
Tabel 4.15 Hasil Uji Normalitas	78
Tabel 4.16 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	78
Tabel 4.17 Hasil Uji F (Simultan).....	80
Tabel 4.18 Hasil Uji T (Parsial)	81
Tabel 4.19 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R ²).....	84

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	45
--------------------------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Kuisisioner Penelitian	102
Lampiran 2: Tabulasi Data.....	105
Lampiran 3: Hasil Uji Validitas	109
Lampiran 4 Hasil Uji Reliabilitas	112
Lampiran 5: Hasil Uji Multikolinearitas	113
Lampiran 6: Hasil Uji Asumsi Klasik.....	114
Lampiran 7: Hasil Uji Regresi Linier Berganda	115
Lampiran 8 Hasil Uji Hipotesis	115
Lampiran 9: Hasil Uji Koefisien Determinasi	116
Lampiran 10: Data Responden.....	116
Lampiran 11: Deskripsi Jawaban Responden	118
Lampiran 12: Kartu Kendali Bimbingan.....	123
Lampiran 13: Dokumentasi.....	136
Lampiran 14: Daftar Riwayat Hidup	137