

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL LUAR	i
HALAMAN SAMPUL DALAM	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	iii
PENGESAHAN PENGUJI.....	iv
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN.....	v
MOTTO	vi
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 dan Batasan Penelitian	8
C. Rumusan Masalah.....	10
D. Tujuan Penelitian.....	10
E. Kegunaan Penelitian	11
F. Ruang Lingkup Penelitian	12
G. Penegasan Variabel.....	12
H. Sistematika Penulisan	14
BAB II LANDASAN TEORI	16

A. Manajemen Pemasaran	16
B. Keputusan Pembelian	20
C. Promosi.....	24
D. Literasi Halal	27
E. Label Halal	29
F. Penelitian Terdahulu.....	31
G. Hubungan Antar Variabel.....	36
H. Kerangka Teori	39
I. Hipotesis Penelitian	41
BAB III METODE PENELITIAN	43
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	43
B. Lokasi Penelitian	44
C. Populasi, Sampling, dan Sampel Penelitian	45
D. Instrumen Penelitian	47
E. Teknik Pengumpulan Data	52
F. Sumber Data, Variabel, dan Skala Pengukuran.....	52
G. Analisis Data.....	55
BAB IV HASIL PENELITIAN.....	62
A. Deskripsi Data	62
B. Deskripsi Variabel	65
C. Analisis Data.....	70
BAB V PEMBAHASAN	82
A. Pengaruh Promosi (X1) Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kuliner di Kawasan Kuliner Halal Stasiun Tulungagung	82

B. Pengaruh Literasi Halal (X2) Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kuliner di Kawasan Kuliner Halal Stasiun Tulungagung.....	85
C. Pengaruh Label Halal (X3) Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kuliner di Kawasan Kuliner Halal Stasiun Tulungagung.....	88
D. Pengaruh Promosi (X1), Literasi Halal (X2), dan Label Halal (X3) Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kuliner di Kawasan Kuliner Halal Stasiun Tulungagung	90
BAB VI PENUTUP	94
A. Kesimpulan.....	94
B. Saran	94
DAFTAR PUSTAKA.....	97
LAMPIRAN.....	102
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	140