

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL..... i

HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI..... ii

HALAMAN PENGESAHAN MUNAQOSYAH..... iii

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI..... iv

HALAMAN ABSTRAK..... v

HALAMAN MOTTO vi

HALAMAN PERSEMBAHAN vii

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN..... viii

KATA PENGANTAR..... ix

DAFTAR ISI xi

DAFTAR TABELxiv

DAFTAR GAMBAR xv

BAB I PENDAHULUAN

 A. Latar Belakang Masalah..... 1

 B. Rumusan Masalah..... 6

 C. Tujuan Penelitian 6

 D. Manfaat Penelitian..... 7

 E. Sistematika Penulisan..... 7

BAB II LANDASAN TEORI

 A. Deskripsi Teori..... 9

 1. Perilaku Konsumen..... 9

 2. Keputusan Pembelian..... 11

 3. Labelisasi Halal..... 15

 4. Citra Merek..... 19

 5. Harga..... 24

 B. Hasil Penelitian Terdahulu..... 31

 C. Kerangka Berpikir..... 35

 D. Hipotesis 35

 1. Pengaruh Labelisasi Halal terhadap Keputusan Pembelian..... 36

 2. Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian 36

 3. Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian 37

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan..... 38

B. Populasi dan Sampel 38

C. Sumber Data 39

D. Identifikasi Variabel 40

E. Variabel Operasional..... 41

F. Teknik Pengumpulan Data..... 43

G. Teknik Analisis Data 45

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Objek Penelitian 49

 1. Toko Sinar Agung..... 49

 2. Sejarah Mie Sedaap..... 49

B. Gambaran Umum Responden 51

 1. Umur Responden 51

 2. Jenis Kelamin Responden..... 52

 3. Pekerjaan Responden 52

 4. Pendidikan Responden 53

C. Uji Validitas dan Reabilitas 53

 1. Uji Validitas..... 53

 2. Uji Reabilitas 55

D. Uji Asumsi Klasik 56

 1. Uji Multikolonieritas 56

 2. Uji Heteroskedastitas 56

 3. Uji Normalitas 57

E. Hasil Analisis Data 59

 1. Analisis Regresi Linier Berganda 59

 2. Uji Koefisien Determinasi (R^2)..... 61

 3. Uji Koefisien Regresi Secara Simultan (Uji F) 62

 4. Uji Koefisien Regresi Parsial (Uji t) 63

F. Pembahasan 64

 1. Pengaruh Labelisasi Halal terhadap Keputusan Pembelian Produk Mie Sedaap pada Toko Sinar Agung Karangbener Kudus.. 64

 2. Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Produk Mie Sedaap pada Toko Sinar Agung Karangbener Kudus 66

 3. Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Mie Sedaap pada Toko Sinar Agung Karangbener Kudus 67

BAB V	PENUTUP	
	A. Simpulan.....	69
	B. Keterbatasan Penelitian	69
	C. Saran.....	70
	D. Penutup.....	70

DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	
DAFTAR RIWAYAT PENDIDIKAN	



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Konsumsi Mi Instan Dunia	1
Tabel 1.2	Pertanyaan pada Responden.....	6
Tabel 2.1	Hasil Penelitian Terdahulu	31
Tabel 3.1	Definisi Operasional Variabel	41
Tabel 4.1	Umur Responden.....	51
Tabel 4.2	Jenis Kelamin Responden	52
Tabel 4.3	Pekerjaan Responden.....	52
Tabel 4.4	Pendidikan Responden.....	53
Tabel 4.5	Hasil Uji Validitas Responden	54
Tabel 4.6	Hasil Uji Reabilitas.....	55
Tabel 4.7	Hasil Uji Multikolonieritas	56
Tabel 4.8	Hasil Uji Normalitas Kolmogorov Smirnov	59
Tabel 4.9	Hasil Regresi Linier Berganda	60
Tabel 4.10	Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	61
Tabel 4.11	Hasil Uji Simultan (F).....	62
Tabel 4.12	Hasil Uji Parsial (t).....	63



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Label Halal Resmi MUI..... 18

Gambar 2.2 Citra Merek (*Brand Image*)..... 21

Gambar 2.3 Hal-hal yang Dipertimbangkan dalam Penetapan Harga 27

Gambar 2.4 Kerangka Berpikir 35

Gambar 4.1 Hasil Uji Heteroskedastitas..... 57

Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas dengan Histogram dan Normal P-Plot 58

