

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI	ii
PENGESAHAN SKRIPSI	iii
PERNYATAAN KEASLIAN	iv
ABSTRAK	vi
MOTTO	vii
PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian	7
1. Teoritis	7
2. Praktis	8
E. Sistematika Kepenulisan	8
BAB II LANDASAN TEORI	10
A. Deskripsi Teori	10
1. Promosi di Grab Food	10
2. Label Halal	14
3. Kualitas Pelayanan	20
4. Keputusan Pembelian	23
5. Virus Corona (COVID-19)	25
B. Penelitian Terdahulu	29
C. Kerangka Berfikir	32
B. Hipotesis	34
BAB III METODE PENELITIAN	38
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian	38
B. Populasi dan Sampel	38
C. Desain dan Definisi Operasional Variabel	40
D. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen	42
E. Teknik Pengumpulan Data	43
F. Teknik Analisis Data	44
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	47
A. Hasil Penelitian	47
1. Gambaran Umum Objek Penelitian	47

2. Gambaran Umum Responden	50
3. Deskripsi Data Variabel Penelitian	51
4. Uji Validitas dan Realibitas Instrumen.....	58
5. Uji Prasyarat (Asumsi Klasik).....	60
6. Uji Hipotesis	64
B. Pembahasan	69
1. Pengaruh Promosi di Grab Food Terhadap Keputusan pembelian di Rocket Chicken cabang Kudus	69
2. Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan pembelian di Rocket Chicken cabang Kudus	70
3. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap Keputusan pembelian di Rocket Chicken cabang Kudus	70
4. Pengaruh Promosi di Grab Food, Label Halal, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian di Rocket Chicken Cabang Kudus.....	71
BAB V PENUTUP.....	73
A. Simpulan	73
B. Keterbatasan Penelitian.....	74
C. Saran-Saran	75
D. Penutup	75

DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN-LAMPIRAN
RIWAYAT PENDIDIKAN

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	29
Tabel 3.1	Definisi Operasional Variabel	41
Tabel 4.1	Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	50
Tabel 4.2	Deskripsi Responden Berdasarkan Umur	50
Tabel 4.3	Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir..	51
Tabel 4.4	Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan	51
Tabel 4.5	Frekuensi Variabel Promosi di Grab Food (X1).....	52
Tabel 4.6	Frekuensi Variabel Label Halal (X2)	53
Tabel 4.7	Frekuensi Variabel Kualitas Pelayanan (X3)	55
Tabel 4.8	Frekuensi Variabel Keputusan Pembelian (Y)	57
Tabel 4.9	Hasil Uji Validitas.....	59
Tabel 4.10	Hasil Uji Reliabilitas	60
Tabel 4.11	Hasil Uji Multikolinearitas.....	62
Tabel 4.12	Hasil Uji T-Parsial	64
Tabel 4.13	Uji F (Simultan)	65
Tabel 4.14	Hasil Uji Koefisien Determinasi	66
Tabel 4.15	Hasil Uji Analisis Regresi Berganda	68



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berfikir33

Gambar 2.2 Hipotesis Promosi di Grab Food Terhadap Keputusan
Pembelian.....35

Gambar 2.3 Hipotesis Lebel Halal Terhadap Keputusan Pembelian .36

Gambar 2.4 Hipotesis Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan
Pembelian.....36

Gambar 2.5 Hipotesis Promosi di Grab Food, Label Halal dan
Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian37

Gambar 4.1 Histogram61

Gambar 4.2 Grafik Normal P-Plot61

Gambar 4.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas63

