

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI	ii
PENGESAHAN MUNAQOSYAH.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
ABSTRAK	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN.....	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	viii
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
BAB I : PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Penelitian	5
E. Sistematika Penulisan	6
BAB II : LANDASAN TEORI	
A. Keputusan Pembelian	8
1. Pengertian Keputusan Pembelian.....	8
2. Indikator Keputusan Pembelian	10
B. Persepsi Label Halal	10
1. Pengertian Persepsi Label Halal	10
2. Manfaat Persepsi Label Halal	13
3. Indikator Label Halal.....	14
C. Kualitas Produk	14
1. Pengertian Kualitas Produk.....	14
2. Indikator-Indikator Kualitas Produk	16
D. Harga	17
1. Pengertian Harga.....	17
2. Pengertian Harga Perspektif Syariah.....	18
3. Indikator-Indikator Harga	19
E. Penelitian Terdahulu.....	19
F. Kerangka Pemikiran	23
G. Hipotesis.....	24
1. Pengaruh Persepsi Label Halal terhadap Keputusan Pembelian.....	24

2. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian	25
3. Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian.....	26
BAB III : METODE PENELITIAN	
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian	27
B. Populasi dan Sampel.....	27
C. Identifikasi Variabel	28
D. Definisi Operasional Variabel	29
E. Teknik Pengumpulan Data	34
F. Teknik Analisis Data	34
BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Hasil Penelitian	42
1. Gambaran Umum Obyek dan Subyek Penelitian	42
a. Profil CV. Rumah Roti Kartini	42
b. Gambaran Umum Responden	45
2. Analisis Data.....	47
3. Uji Asumsi Klasik.....	60
4. Uji Statistik	63
B. Pembahasan	68
1. Pengaruh Persepsi Label Halal terhadap Keputusan Pembelian.....	68
2. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian	69
3. Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian.....	70
BAB V : PENUTUP	
A. Kesimpulan.....	71
B. Saran.....	71
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

1.1	Data Pembeli Rumah Roti Kartini Kudus Tahun 2018-2020	3
2.1	Hasil Penelitian Terdahulu	19
3.1	Definisi Operasional Variabel	29
3.2	Hasil Uji Validitas Non Responden Persepsi Label Halal (X1)	35
3.3	Hasil Uji Validitas Non Responden Kualitas Produk (X2).....	35
3.4	Hasil Uji Validitas Non Responden Harga (X3).....	36
3.5	Hasil Uji Validitas Non Responden Keputusan Pembelian (Y)	37
3.6	Hasil Uji Reliabilitas Non Responden.....	38
4.1	Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin.....	45
4.2	Karakteristik Responden berdasarkan Umur	46
4.3	Karakteristik Responden berdasarkan Pendidikan.....	46
4.4	Data Hasil Penelitian Variabel Persepsi Label Halal (X1)	47
4.5	Data Hasil Penelitian Variabel Kualitas Produk (X2)	49
4.6	Data Hasil Penelitian Variabel Harga (X3)	52
4.7	Data Hasil Penelitian Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	54
4.8	Hasil Uji Validitas Responden Persepsi Label Halal (X1)	57
4.9	Hasil Uji Validitas Responden Kualitas Produk (X2)	57
4.10	Hasil Uji Validitas Responden Harga (X3)	58
4.11	Hasil Uji Validitas Responden Keputusan Pembelian (Y).....	59
4.12	Hasil Uji Reliabilitas Responden.....	60
4.13	Hasil Uji Multikolinieritas	61
4.14	Hasil Analisis Regresi Berganda	63
4.15	Hasil Koefisien Determinasi	65
4.16	Hasil Uji F.....	66
4.17	Hasil Uji t.....	67

DAFTAR GAMBAR

2.1 Kerangka Pemikiran 24

4.1 Hasil Uji Heterokedastisitas 61

4.2 Hasil Uji Normalitas..... 62

4.3 Hasil Uji Normalitas..... 63

