

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	i
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN.....	x
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
1.5 Kerangka Pemikiran	10
1.6 Hipotesis.....	13
BAB II LANDASAN TEORI	
2.1 Pemasaran	
2.1.1. Pengertian Pemasaran.	14
2.2 Produk	15
2.3 Label.....	16
2.4 Pengertian Halal	17
2.5 Keputusan Pembelian Konsumen	
2.5.1 Pengertian Pengambilan Keputusan Pembelian Konsumen.....	18
2.6 Model Prilaku Konsumen.....	20
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Jenis dan Sumber Data	
3.1.1 Jenis Penelitian	22
3.1.2 Sumber Data	22
3.2 Metode Pengumpulan Data	23
3.3 Populasi dan Sampel	

3.3.1 Populasi	23
3.3.2 Sampel	23
3.4 Definisi Operational Variabel	24
3.5 Pengujian Alat Instrumen	
3.5.1 Pengujian Validitas	26
3.5.2 Pengujian Reliabilitas.....	27
3.6 Metode Analisis Data	
3.6.1 Analisis Kualitatif	27
3.6.2 Analisis Kuantitatif	28
3.6.3 Analisis Kelayakan Proyek Model Regresi Berganda	29
3.6.4 Analisis Regresi.....	29

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	
4.1.1 Hasil Uji Validitas	32
4.1.2 Hasil Uji Reliabilitas	34
4.2 Analisis Kualitatif	
4.2.1 Karakteristik Responden	37
4.2.2 Tanggapan Responden Mengenai Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian	39
4.3 Analisis Kuantitatif	
4.3.1 Analisis Regresi Linier Berganda	47
4.3.2 Uji Determinasi (R^2)	48
4.3.3 Uji Simultan	48
4.3.4 Uji Koefisien Regresi Secara Parsial	50
4.4 Pembahasan	51

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan.....	55
5.2 Saran	56

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN