

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>iii</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>v</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>1</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>2</b>
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....	2
1.2 Latar Belakang Penelitian .....	3
1.3 Perumusan Masalah .....	13
1.4 Pertanyaan Penelitian .....	14
1.5 Tujuan Penelitian .....	15
1.6 Manfaat Penelitian .....	15
1.7 Sistematikan Penulisan Tugas Akhir .....	16
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>18</b>
2.1 Teori dan Penelitian Terdahulu .....	18
2.1.1 Manajemen Pemasaran.....	18
2.1.2 Marketing Mix .....	18
2.1.3 Label Halal .....	21
2.1.4 Persepsi Harga.....	23
2.1.5 Citra Merek .....	25
2.1.6 Kualitas Produk.....	28
2.1.7 Keputusan Pembelian.....	31
2.2 Kerangka Pemikiran.....	45
2.3 Hipotesis Penelitian.....	46

2.3.1 Hipotesis Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian.....	46
2.3.2 Hipotesis Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian .	46
2.3.3 Hipotesis Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian.....	46
2.3.4 Hipotesis Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	47
2.3.5 Hipotesis Pengaruh Label Halal, Persepsi Harga, Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	47
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>48</b>
3.1 Jenis Penelitian.....	48
3.2 Operasional Variabel.....	49
3.2.1 Variabel Operasional.....	49
3.2.2 Teknik Skala Pengukuran .....	51
3.3 Tahapan Penelitian .....	52
3.4 Populasi dan Sampel .....	53
3.4.1 Populasi .....	53
3.4.2 Sampel.....	54
3.5 Pengumpulan Data dan Sumber Data .....	55
3.5.1 Pengumupulan Data .....	55
3.5.2 Sumber Data.....	55
3.6 Uji Validitas dan Reabilitas .....	56
3.6.1 Uji Validitas .....	56
3.6.2 Uji Reabilitas.....	56
3.6.3 Uji Asumsi Klasik.....	57
3.7 Teknik Analisis Data.....	58
3.7.1 Teknik Analisis Deskriptif.....	58
3.7.2 Teknik Analisis Verifikatif .....	60
3.7.3 Pengujian Hipotesis.....	62
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBHASAN.....</b>	<b>64</b>
4.1 Karakteristik Responden .....	64
4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	64
4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	65
4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan .....	66

4.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Rata-Rata Pendapatan Perbulan .....	67
4.1.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pembelian Produk Mixue .....	68
4.1 Hasil Penelitian .....	68
4.1.1 Uji Instrumen Penelitian .....	68
4.1.2 Uji Asumsi Klasik .....	71
4.1.3 Analisis Deskriptif .....	73
4.1.4 Analisis Verifikatif.....	81
4.1.5 Uji Hipotesis.....	84
4.2 Pembahasan Hasil Penelitian .....	87
4.2.1 Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Pada Merk Es Krim Mixue Masyarakat Indonesia.....	88
4.2.2 Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Merk Es Krim Masyarakat Indonesia Kualitas Produk Mixue.....	89
4.2.3 Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada Merk Es Krim Masyarakat Indonesia .....	90
4.2.4 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Merk Es Krim Masyarakat Indonesia .....	91
4.2.5 Label Halal, Persepsi Harga, Citra merek dan Kualitas Produk berpengaruh secara simultan terhadap Keputusan Pembelian pada merk Es Krim Mixue masyarakat Indonesia .....	92
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>94</b>
5.1 Kesimpulan .....	94
5.2 Saran.....	96
5.2.1 Saran Untuk Perusahaan .....	96
5.2.2 Saran Penelitian Selanjutnya.....	97

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **LAMPIRAN**