

## DAFTAR ISI

<b>PERSETUJUAN SKRIPSI.....</b>	<b>ii</b>
<b>PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xv</b>
<b>BAB I.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Tujuan Penelitian.....	10
1.3 Manfaat Penelitian.....	10
1.4 Sistematika Penulisan.....	11
<b>BAB II .....</b>	<b>12</b>
2.1 Landasan Teori .....	12
2.1.1 Kualitas Produk.....	12
2.1.2 Kualitas Pelayanan .....	14
2.1.3 Persepsi Harga.....	16
2.1.4 Citra Merek .....	18
2.1.5 Label Halal .....	20
2.1.6 Keputusan Pembelian.....	23
2.2 Penelitian Terdahulu.....	27
2.3 Hubungan Antar Variabel .....	35
2.3.1 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian.....	35
2.3.2 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian .....	35
2.3.3 Pengaruh Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian.....	36
2.3.4 Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian .....	37

2.3.5	Pengaruh Label Halal terhadap Keputusan Pembelian .....	38
2.4	Kerangka Pemikiran .....	38
2.5	Hipotesis .....	39
<b>BAB III</b>	.....	<b>41</b>
3.1	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional .....	41
3.1.1	Variabel Penelitian .....	41
3.1.2	Definisi Operasional.....	42
3.2	Populasi dan Sampel .....	44
3.3	Jenis dan Sumber Data .....	46
3.4	Metode Pengumpulan Data .....	47
3.5	Metode Analisis.....	48
3.5.1	Uji Validitas .....	50
3.5.2	Uji Reliabilitas .....	50
3.5.3	Deteksi Asumsi Klasik.....	51
3.5.4	Analisis Linier Berganda.....	53
3.5.5	Uji <i>Goodness Of Fit</i> .....	54
<b>BAB IV</b>	.....	<b>56</b>
4.1	Deskripsi Objek Penelitian .....	56
4.1.1	Gambaran Umum Produk .....	56
4.2	Gambaran Umum Responden.....	57
4.2.1	Gambaran Umum Berdasarkan Umur Responden.....	57
4.2.2	Gambaran Umum Berdasarkan Pekerjaan Responden .....	58
4.2.3	Gambaran Umum Berdasarkan Pendidikan Terakhir Responden ..	59
4.2.4	Gambaran Umum Berdasarkan Pendapatan Responden.....	59
4.3	Metode Analisis Data .....	60
4.3.1	Analisis Deskriptif .....	60
4.3.2	Analisis Kuantitatif .....	66
4.3.3	Analisis Linier Berganda.....	75
4.3.4	Uji Goodness of Fit .....	77
4.4	Pembahasan .....	80
4.4.1	Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian.....	82
4.4.2	Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian .....	82

4.4.3	Pengaruh Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian.....	83
4.4.4	Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian .....	83
4.4.5	Pengaruh Label Halal terhadap Keputusan Pembelian .....	84
<b>BAB V</b>	.....	<b>85</b>
5.1	Kesimpulan.....	85
5.2	Keterbatasan penelitian .....	86
5.3	Saran .....	86
5.3.1	Saran Bagi Perusahaan .....	86
5.3.2	Saran Bagi Penelitian yang Akan Datang .....	87
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	.....	<b>88</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Negara dengan Penduduk Muslim Terbesar Dunia Tahun 2010 .....	2
Tabel 1.2 Top Brand Award 2015-2019 .....	7
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	31
Tabel 2.2 Kerangka Pemikiran Penelitian.....	39
Tabel 3.1 Definisi Operasional dan Indikator .....	42
Tabel 4.1 Karakteristik Umur Responden .....	58
Tabel 4.2 Karakteristik Pekerjaan Responden .....	58
Tabel 4.3 Karakteristik Pendidikan Responden .....	59
Tabel 4.4 Karakteristik Pendapatan Responden.....	60
Tabel 4.5 Tanggapan Responden terhadap Kualitas Produk .....	61
Tabel 4.6 Tanggapan Responden terhadap Kualitas Pelayanan.....	62
Tabel 4.7 Tanggapan Responden terhadap Persepsi Harga .....	63
Tabel 4.8 Tanggapan Responden terhadap Citra Merek .....	64
Tabel 4.9 Tanggapan Responden terhadap Label Halal.....	65
Tabel 4.10 Tanggapan Responden terhadap Keputusan Pembelian .....	66
Tabel 4.11 Hasil Pengujian Validitas.....	67
Tabel 4.12 Hasil Pengujian Reliabilitas .....	70
Tabel 4.13 Deteksi Statistik Kolmogorov-Smirnov.....	73
Tabel 4.14 Pengujian Multikolinearitas .....	73
Tabel 4.15 Pengujian Heteroskedastisitas menggunakan Uji Glejser.....	74
Tabel 4.16 Pengolahan Data Penelitian tentang Keputusan Pembelian .....	76
Tabel 4.17 Hasil Uji T.....	77
Tabel 4.18 Hasil Uji F Anova .....	79
Tabel 4.19 Hasil Koefisien Determinasi .....	80

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Logo Resmi Halal MUI.....	22
Gambar 4.1 Logo Zoya .....	56
Gambar 4.2 Deteksi Normalitas menggunakan Histogram.....	71
Gambar 4.3 Deteksi Normalitas Normal Probability Plot .....	72
Gambar 4.4 Pengujian Heteroskedastisitas menggunakan Grafik Scatterplot .....	75

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Kuesioner Penelitian .....	93
Lampiran B Data Responden Konsumen Zoya di Kota Semarang.....	101
Lampiran C Tabulasi Data Penelitian.....	105
Lampiran D Hasil Olah Data SPSS.....	114
Lampiran E Dokumentasi.....	128