

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN MUNAQOSAH.....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN.....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>v</b>
<b>HALAMAN MOTTO .....</b>	<b>vi</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>vii</b>
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN .....</b>	<b>viii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah .....	7
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Manfaat Penelitian.....	8
E. Sistematika Penulisan Proposal.....	8
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b>	
A. Keputusan Pembelian.....	10
B. Label Halal .....	14
C. Religiusitas .....	18
D. <i>Green Marketing</i> .....	22
E. Penelitian Terdahulu .....	27
F. Kerangka Berfikir.....	33
G. Hipotesis Penelitian.....	33
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	37
B. Data Penelitian .....	37
C. Populasi dan Sampel .....	39
D. Definisi Operasional.....	41
E. Uji Instrumen Penelitian.....	47
F. Analisis Data .....	48
G. Uji Hipotesis.....	49
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	
A. Gambaran Umum Objek Penelitian .....	50
B. Deskripsi Data Penelitian .....	53
1. Gambaran Umum Responden .....	53

2. Statistik Deskriptif .....	55
3. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen .....	70
4. Uji Asumsi Klasik.....	72
5. Teknik Analisis Data .....	76
C. Pembahasan.....	80
1. Pengaruh label halal terhadap keputusan pembelian pada skincare Larissa Aesthetic Center Kudus.....	80
2. Pengaruh religiusitas terhadap keputusan pembelian pada skincare Larissa Aesthetic Center Kudus.....	82
3. Pengaruh green marketing terhadap keputusan pembelian pada skincare Larissa Aesthetic Center Kudus.....	83
<b>BAB V KESIMPULAN</b>	
A. Kesimpulan .....	85
B. Saran.....	85
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

Table 1.1 data penjualan produk Larissa Aesthetic Center Kudus.....	6
Tabel 2.1 Tahap–tahap pengambilan keputusan pembelian ...	11
Table 3.1 Definisi Operasional .....	41
Table 4.1 Daftar produk dan treatment .....	51
Tabel 4.2 Usia Responden .....	53
Tabel 4.3 Pekerjaan Responden.....	54
Tabel 4.4 Penghasilan responden.....	55
Tabel 4.5 Variabel X1 Label halal .....	56
Tabel 4.6 Frekuensi Jawaban Religiusitas (X2).....	59
Tabel 4.7 Frekuensi Jawaban <i>Green Marketing</i> (X3).....	62
Tabel 4.8 Frekuensi Jawaban Keputusan Pembelian (Y).....	66
Tabel 4.9 Uji Validitas .....	70
Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen.....	72
Tabel 4.12 Hasil Uji Multikolinieritas .....	73
Tabel 4.14 Hasil Uji Normalitas .....	74
Tabel 4.15 Hasil Analisis Regresi Berganda .....	76
Tabel 4.16 Hasil Uji Parsial (Uji t) .....	78
Tabel 4.18 Analisis Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	79

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berfikir.....	33
Gambar 4.1 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	75

