

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN COVER .....</b>	<b>i</b>
<b>PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI .....</b>	<b>ii</b>
<b>PENGESAHAN MUNAQOSAH.....</b>	<b>iii</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>v</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>vi</b>
<b>PERSEMBAHAN .....</b>	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>viii</b>
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN .....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xvii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah .....	10
C. Tujuan Penelitian .....	10
D. Manfaat Penelitian .....	11
E. Sistematika Penulisan .....	12
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b>	
A. Deskripsi Teori.....	14
1. <i>Theory Of Planned Behaviour (TPB)</i> .....	14
2. Kepercayaan Merek .....	17
a. Pengertian Kepercayaan Merek .....	17
b. Indikator Kepercayaan Merek .....	19
c. Kepercayaan Merek Dalam Perspektif Islam.....	19
3. Kesadaran Halal .....	23
a. Konsep Halal .....	23
b. Pengertian Kesadaran Halal .....	24
c. Kesadaran Halal Dalam Perspektif Ekonomi Islam .....	25
4. Persepsi Label Halal.....	28
a. Pengertian Persepsi Label Halal.....	28
b. Indikator Persepsi Label Halal .....	32
c. Persepsi Label Halal Dalalm Perspektif Islam .....	33
5. Keputusan Pembelian.....	35
a. Pengertian Keputusan Pembelian .....	35

b.	Tahapan Dalam Keputusan Pembelian .....	36
c.	Indikator Keputusan Pembelian.....	37
d.	Keputusan Pembelian Dalam Perspektif Islam.....	38
B.	Penelitian Terdahulu .....	39
C.	Kerangka Berfikir .....	43
D.	Hipotesis .....	44
1.	Pengaruh Kepercayaan Merek Terhadap Keputusan Pembelian.....	44
2.	Pengaruh Kesadaran Halal Terhadap Keputusan Pembelian .....	44
3.	Pengaruh Persepsi Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian.....	46

### **BAB III METODE PENELITIAN**

A.	Jenis dan Pendekatan .....	47
B.	Populasi dan Sampel .....	47
1.	Populasi .....	47
2.	Sampel.....	48
C.	Identifikasi Variabel.....	49
1.	Variabel Dependen.....	49
2.	Variabel Independen .....	49
D.	Variabel Operasional.....	49
E.	Teknik Pengumpulan Data .....	52
	Metode Kuesioner (Angket).....	52
F.	Teknik Analisis Data.....	53
1.	Uji Instrumen Data .....	53
a.	Uji Validitas .....	53
b.	Uji Reliabilitas .....	54
2.	Uji Asumsi Klasik .....	54
a.	Uji Normalitas .....	55
b.	Uji Multikolonieritas.....	55
c.	Uji Heterokedastisitas .....	55
3.	Uji Hipotesis.....	56
a.	Uji Analisis Regresi Linier Berganda .....	56
b.	Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	57
c.	Uji T (Parsial) .....	57
d.	Uji F (Simultan).....	58

### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

A.	Hasil Penelitian .....	59
1.	Gambaran Obyek Penelitian .....	59

a.	Gambaran Umum Kota Kudus .....	61
b.	Sejarah Singkat MS Glow .....	62
c.	Perkembangan MS Glow di Kudus .....	62
d.	Visi dan Misi .....	63
e.	Produk-Produk MS Glow .....	63
2.	Deskripsi Responden .....	64
a.	Berdasarkan Umur Responden .....	64
b.	Berdasarkan Jenis Kelamin Responden .....	65
c.	Berdasarkan Jenjang Pendidikan .....	65
d.	Berdasarkan Penghasilan Responden .....	65
e.	Berdasarkan Lama Menggunakan Produk MS Glow .....	66
3.	Analisis Jawaban Responden .....	67
a.	Kepercayaan Merek (X1) .....	67
b.	Kesadaran Halal (X2) .....	68
c.	Persepsi Label Halal (X3) .....	70
d.	Keputusan Pembelian (Y) .....	72
4.	Analisi Data .....	73
a.	Hasil Uji Instrumen .....	73
1)	Hasil Uji Validitas Instrumen .....	73
2)	Hasil Uji Reliabilitas Instrumen .....	73
b.	Hasil Uji Asumsi Klasik .....	75
1)	Hasil Uji Normalitas .....	76
2)	Hasil Uji Multikolonieritas .....	78
3)	Hasil Uji Heterokedastisitas .....	78
c.	Hasil Uji Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ) .....	79
d.	Hasil Uji T (Parsial) .....	81
e.	Hasil Uji F (Simultan) .....	83
B.	Pembahasan .....	83
1.	Pengaruh Kepercayaan Merek Terhadap Keputusan Pembelian .....	83
2.	Pengaruh Kesadaran Halal Terhadap Keputusan Pembelian .....	86
3.	Pengaruh Persepsi Label Halal terhadap Keputusan Pembelian .....	88
4.	Pengaruh Kepercayaan Merek, Kesadaran Halal dan Persepsi Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian .....	91

**BAB V PENUTUP**

A. Kesimpulan .....	93
B. Saran .....	94

**DAFTAR PUSTAKA  
LAMPIRAN-LAMPIRAN**



## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	39
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel .....	50
Tabel 3.2 Skala Likert .....	52
Tabel 4.1 Pembagian Administrasi Perkecamatan di Kudus .....	59
Tabel 4.2 Produk-Produk MS Glow .....	63
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur Responden .....	64
Tabel 4.4 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin .....	65
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenjang Pendidikan .....	65
Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	65
Tabel 4.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan .....	66
Tabel 4.8 Karakteristik responden berdasarkan lama menggunakan produk MS Glow .....	66
Tabel 4.9 Jawaban Responden tentang Kepercayaan Merek .....	67
Tabel 4.10 Jawaban Responden tentang Kesadaran Halal .....	68
Tabel 4.11 Jawaban Responden Tentang Persepsi Label Halal .....	70
Tabel 4.12 Jawaban Responden Tentang Keputusan Pembelian .....	72
Tabel 4.13 Hasil Uji Validitas Instrumen .....	74
Tabel 4.14 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen .....	75
Tabel 4.15 Hasil Uji Normalitas .....	77
Tabel 4.16 Hasil Uji Multikolonieritas .....	78
Tabel 4.17 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	79
Tabel 4.18 Hasil Uji Koefisien Determinasi .....	81
Tabel 4.19 Hasil Uji T Parsial .....	82
Tabel 4.20 Hasil Uji F Simultan .....	83

**DAFTAR GAMBAR**

Gambar 4.1 Logo MS Glow .....	60
Gambar 4.2 Grafik Histogram Normalitas.....	76
Gambar 4.3 Kurva Probility Plots .....	77
Gambar 4.4 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	78

