

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN NOTA PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	viii
ABSTRAK	x
DAFTAR ISI	xi
BAB I : PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Penegasan Istilah	6
C. Rumusan Masalah	7
D. Tujuan Penelitian	8
E. Manfaat Penelitian	8
F. Sistematika Penulisan	9
BAB II : LANDASAN TEORI	
A. Citra Merek	11
1. Pengertian Citra Merek	11
2. Membangun Merek	13
3. Manfaat Citra Merek	16
4. Indikator Citra Merek	17
B. Kesadaran Label Halal	18
1. Pengertian Label Halal	18
2. Logo Label Halal	20
3. Dasar Hukum Label Halal	21
4. Indikator Label Halal	22
C. Minat Beli	23
1. Pengertian Minat Beli Konsumen	23

2. Faktor-faktor Minat Beli Konsumen	24
3. Indikator Minat Beli Konsumen	25
D. Penelitian Terdahulu	26
E. Kerangka Berpikir	30
F. Hipotesis	31
BAB III : METODE PENELITIAN	
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian	34
B. Sumber Data	34
C. Populasi dan Sampel Penelitian	35
D. Variabel Penelitian	37
E. Definisi Operasional	38
F. Teknik Pengumpulan Data	41
G. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen	43
H. Uji Asumsi Klasik	44
I. Analisis Data	46
BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	50
1. Sejarah Skincare Al-Zena	50
2. Produk Skincare Al-Zena	51
3. Visi dan Misi Skincare Al-Zena	53
4. Struktur Organisasi	53
B. Gambaran Umum Responden	55
1. Usia Responden	56
2. Jenis Kelamin Responden	56
3. Status Perkawinan Responden	57
4. Profesi Responden	57
C. Deskripsi Data Penelitian	58
1. Citra Merek (X1)	59
2. Label Halal (X2)	59
3. Minat Beli Konsumen	60
D. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	60

1. Uji Validitas Instrumen	60
2. Uji Reliabilitas Instrumen	61
E. Hasil Uji Asumsi Klasik	62
1. Uji Multikolinieritas	62
2. Uji Autokorelasi	63
3. Uji Heteroskedastisitas	64
4. Uji Normalitas	65
F. Hasil Analisis Data	66
1. Analisis Regresi Linear Berganda	66
2. Uji Koefisien Determinasi (R^2)	68
3. Uji t (Parsial)	69
4. Uji F (Bersama-sama)	70
G. Pembahasan Hasil Penelitian	71
1. Pengaruh Citra Merek terhadap Minat Beli Konsumen pada Produk Kecantikan Skincare Al-Zena Kayen	71
2. Pengaruh Label Halal terhadap Minat Beli Konsumen pada Produk Kecantikan Skincare Al-Zena Kayen	72
3. Pengaruh Citra Merek dan Label Halal terhadap Minat Beli Konsumen pada Produk Kecantikan Skincare Al-Zena Kayen	73
H. Implikasi Penelitian	74
1. Implikasi Teoritis	74
2. Implikasi Praktis	73

BAB V : PENUTUP

A. Kesimpulan	75
B. Keterbatasan Masalah	76
C. Saran	77
D. Penutup	77

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP