

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</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>PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN.....</b>	<b>ix</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xv</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 .....	11
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b>	
A. Deskripsi Teori.....	13
1. <i>Product Knowledge</i> .....	13
a. Pengertian <i>Product Knowledge</i> .....	13
b. Jenis <i>Product Knowledge</i> .....	15
c. Indikator <i>Product Knowledge</i> .....	16
d. Tingkatan <i>Product Knowledge</i> .....	17
2. <i>Brand Image</i> .....	19
a. Pengertian <i>Brand Image</i> .....	19
b. Komponen <i>Brand Image</i> .....	20
c. Indikator <i>Brand Image</i> .....	24
d. <i>Brand Image</i> dalam Perspektif Islam.....	25
3. Label Halal .....	27
a. Pengertian Label .....	27
b. Pengertian Halal .....	28
c. Pengertian Label Halal .....	29
d. Produk Halal .....	30
e. Indikator Label Halal .....	32
4. Keputusan Pembelian .....	32
a. Pengertian Keputusan Pembelian .....	32

b. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian .....	33
c. Proses Keputusan Pembelian .....	35
d. Konsep Keputusan Pembelian dalam Islam .....	37
B. Penelitian Terdahulu .....	39
C. Kerangka Berpikir .....	41
D. Hipotesis .....	42
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
A. Jenis dan Pendekatan .....	46
B. <i>Setting</i> Penelitian .....	46
C. Populasi dan Sampel .....	46
D. Desain dan Definisi Operasional Variabel .....	47
E. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen .....	50
F. Teknik Pengumpulan Data .....	51
G. Teknik Analisis Data .....	52
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	
A. Hasil Penelitian .....	56
1. Gambaran Objek Penelitian .....	56
2. Gambaran Umum Responden .....	57
3. Analisis Data.....	62
B. Pembahasan .....	73
1. Pengaruh <i>Product Knowledge</i> terhadap Keputusan Pembelian Produk Kopi Good Day pada Mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah IAIN Kudus.....	73
2. Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap Keputusan Pembelian Produk Kopi Good Day pada Mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah IAIN Kudus.....	75
3. Pengaruh Label Halal terhadap Keputusan Pembelian Produk Kopi Good Day pada Mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah IAIN Kudus.....	76
4. Pengaruh <i>Product Knowledge</i> , <i>Brand Image</i> , dan Label Halal terhadap Keputusan Pembelian Produk Kopi Good Day pada Mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah IAIN Kudus.....	77

**BAB V PENUTUP**

A. Simpulan .....	79
B. Saran-Saran .....	80

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN**

**DAFTAR RIWAYAT HIDUP**



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Top <i>Brand</i> Kategori Makanan dan Minuman Segmen Kopi dalam Kemasan Siap Minum Tahun 2020 Fase I.....	6
Tabel 1.2	Top <i>Brand</i> Kategori Makanan dan Minuman Segmen Kopi dalam Kemasan Siap Minum Tahun 2020 Fase I.....I	6
Tabel 1.3	Top <i>Brand</i> Kategori Makanan dan Minuman Segmen Kopi dalam Kemasan Siap Minum Tahun 2021 Fase I.....	6
Tabel 2.1	Kategori Pengetahuan yang Lebih Besar dan Lebih Abstrak.....	17
Tabel 2.2	Penelitian yang Relevan.....	39
Tabel 3.1	Definisi Operasional Variabel.....	48
Tabel 4.1	Berdasarkan Jenis Kelamin Responden.....	57
Tabel 4.2	Berdasarkan Kelas Responden.....	58
Tabel 4.3	Hasil Jawaban Kuesioner Responden.....	59
Tabel 4.4	Hasil Uji Validitas Instrumen.....	63
Tabel 4.5	Hasil Uji Reliabilitas Instrumen.....	64
Tabel 4.6	Hasil Uji Multikolinieritas.....	65
Tabel 4.7	Hasil Uji Autokorelasi.....	66
Tabel 4.8	Hasil Uji Normalitas.....	68
Tabel 4.9	Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	69
Tabel 4.10	Hasil Uji Parsial (Uji t).....	71
Tabel 4.11	Hasil Uji Simultan (Uji F).....	72
Tabel 4.12	Hasil Analisis Koefisien Determinan ( $R^2$ ).....	73

**DAFTAR GAMBAR**

Gambar 2.1	Rantai Arti-Akhir Pengetahuan Produk Peter dan Olson .....	18
Gambar 2.2	Kerangka Berpikir .....	42
Gambar 4.1	Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	66
Gambar 4.2	Hasil Uji Normalitas.....	67
Gambar 4.3	Hasil Uji Normalitas.....	68

