

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN NOTA PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
SURAT PERNYATAAN	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
ABSTRAK	xv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Batasan Penelitian.....	5
C. Rumusan Masalah	6
D. Tujuan Penelitian	6
E. Manfaat Penelitian	7
F. Sistematika Penulisan.....	7
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Deskripsi Teori.....	10
1. Labelisasi Halal	10
a. Pengertian Label	10
b. Pengertian Labelisasi Halal.....	11
c. Logo Labelisasi Halal	13
d. Dasar Hukum Labelisasi Halal	14
2. Atribut Produk.....	15
a. Pengertian Produk.....	15
b. Pengertian Atribut Produk	16
c. Unsur-Unsur Atribut Produk.....	17

3.	Keputusan Pembelian.....	18
a.	Pengertian Keputusan Pembelian	18
b.	Pengambilan Keputusan Pembelian.....	20
c.	Tahap Keputusan Pembelian.....	21
d.	Keputusan pembelian menurut Islam.....	23
B.	Hasil Penelitian Terdahulu	27
C.	Kerangka Berpikir	30
D.	Hipotesis.....	32
1.	Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian.....	32
2.	Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	33
3.	Pengaruh Labelisasi Halal dan Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian	34
BAB III	METODE PENELITIAN	
A.	Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	35
B.	Populasi dan Sampel	36
C.	Tata Variabel Penelitian.....	37
D.	Definisi Operasional.....	38
E.	Teknik Pengumpulan Data.....	39
F.	Uji Asumsi Klasik	40
G.	Analisis Data	43
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A.	Gambaran Umum Wardah Kosmetik.....	47
1.	Profile Wardah Kosmetik.....	47
2.	Proses Pembuatan Wardah Kosmetik	48
a.	Pemilihan Formula.....	48
b.	Pemilihan Metode Pembuatan	49
c.	Rencana Pembesaran Batch	50
B.	Hasil Penelitian	52
1.	Gambaran Umum Responden	52

2.	Deskripsi Data Penelitian.....	53
a.	Labelisasi Halal.....	55
b.	Atribut produk.....	55
c.	Keputusan Pembelian.....	58
3.	Uji Validitas dan Reabilitas Instrumen	60
C.	Uji Asumsi Klasik	63
1.	Uji Multikolinieritas.....	63
2.	Uji Autokorelasi.....	63
3.	Uji Heterokedastisitas	64
4.	Uji Normalitas.....	65
D.	Hasil Analisis Statistik	66
1.	Analisis Regresi Linier Berganda	66
2.	Uji t	68
3.	Uji F Simultan	69
4.	Koefisien Determinasi.....	70
E.	Pembahasan	71
1.	Pengaruh Labelisasi halal Terhadap Keputusan Pembelian.....	71
2.	Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	72
3.	Pengaruh Labelisasi Halal dan Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian	74
F.	Implikasi Penelitian.....	75
BAB V	PENUTUP	
A.	Kesimpulan	76
B.	Keterbatasan Penelitian.....	77
C.	Saran.....	77
DAFTAR PUSTAKA		
RIWAYAT HIDUP PENULIS		
LAMPIRAN-LAMPIRAN		

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Bentuk <i>Labeling</i>	10
Tabel 3.1	Definisi Operasional	38
Tabel 3.2	Skala Perbandingan	40
Tabel 3.3	Kaidah Pengambilan Keputusan Uji Autokorelasi.....	41
Tabel 4.1	Profil Responden	52
Tabel 4.2	Hasil Jawaban Responden	54
Tabel 4.3	Descriptive Statistics	59
Tabel 4.4	Hasil Uji Validitas	61
Tabel 4.5	Tingkat Reliabilitas Berdasarkan Nilai Alpha.....	62
Tabel 4.6	Hasil Uji Reliabilitas	62
Tabel 4.7	Hasil Uji Multikolinieritas.....	63
Tabel 4.8	Hasil Uji Autokorelasi	64
Tabel 4.9	Nilai Koefisien Regresi	67
Tabel 4.10	Hasil Uji t	68
Tabel 4.11	Hasil Uji Statistik F	70
Tabel 4.12	Hasil Koefisien Determinasi.....	71

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Logo Halal	13
Gambar 2.2	Kerangka Berpikir	32
Gambar 4.1	Hasil Uji Heterokedastisitas	64
Gambar 4.2	Hasil Uji Normalitas	65
Gambar 4.3	Hasil Uji Normalitas	66

