

DAFTAR ISI

| | |
|--|-------------|
| HALAMAN JUDUL | i |
| PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI | ii |
| PENGESAHAN MUNAQOSAH | iii |
| PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI | iv |
| ABSTRAK | v |
| MOTTO | vi |
| PERSEMBAHAN | vii |
| PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN | viii |
| KATA PENGANTAR | ix |
| DAFTAR ISI | xi |
| DAFTAR TABEL | xiii |
| DAFTAR GAMBAR | xiv |
| | |
| BAB I PENDAHULUAN | |
| A. Latar Belakang Masalah | 1 |
| B. Rumusan Masalah | 6 |
| C. Tujuan Penelitian | 6 |
| D. Manfaat Penelitian | 7 |
| E. Sistematika Penulisan | 7 |
| | |
| BAB II LANDASAN TEORI | |
| A. <i>Grand Theory</i> | 9 |
| 1. <i>Marketing Mix</i> | 9 |
| 2. Label Halal | 11 |
| 3. Testimoni | 13 |
| 4. Harga | 15 |
| 5. Keputusan Pembelian | 19 |
| 6. Perilaku Konsumen | 22 |
| B. Penelitian Terdahulu | 25 |
| C. Kerangka Berfikir | 30 |
| D. Hipotesis Penelitian | 31 |
| | |
| BAB III METODE PENELITIAN | |
| A. Jenis dan Pendekatan Penelitian | 33 |
| B. <i>Setting</i> Penelitian | 33 |
| C. Sumber Data Penelitian | 33 |
| D. Populasi dan Sampel | 34 |
| E. Desain Variabel dan Definisi Operasional Variabel | 35 |
| F. Teknik Pengumpulan Data | 38 |
| G. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen | 39 |

| | |
|-------------------------------|----|
| H. Uji Asumsi Klasik | 40 |
| I. Teknik Analisis Data | 41 |

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

| | |
|--|----|
| A. Hasil Penelitian | |
| 1. Gambaran Obyek Penelitian | |
| a. Profil Umum Pondok Pesantren Al-Ghurobaa’ Kudus | 44 |
| b. Letak Geografis Pondok Pesantren Al- Ghurobaa’ Kudus | 44 |
| c. Visi, Misi, dan Tujuan Pondok Pesantren Al- Ghurobaa’ Kudus | 45 |
| d. Sejarah Singkat <i>Skincare</i> MS Glow | 46 |
| e. Produk-produk MS Glow | 47 |
| f. Gambaran Umum Responden | 47 |
| 2. Analisis Data | |
| a. Uji Instrumen Data | 51 |
| b. Uji Asumsi Klasik | 53 |
| c. Uji Koefisien Determinasi (R^2) | 55 |
| d. Uji Statistik F (Uji Signifikan Simultan) | 55 |
| e. Uji Parsial (t) | 56 |
| f. Uji Regresi Linear Berganda | 58 |
| B. Pembahasan | |
| 1. Pengaruh Label Halal terhadap Keputusan Pembelian Produk MS Glow di Pondok Pesantren Al-Ghurobaa’ Kudus | 60 |
| 2. Pengaruh Testimoni terhadap Keputusan Pembelian Produk MS Glow di Pondok Pesantren Al- Ghurobaa’ Kudus | 61 |
| 3. Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk MS Glow di Pondok Pesantren Al- Ghurobaa’ Kudus | 62 |

BAB V PENUTUP

| | |
|-------------------|----|
| A. Simpulan | 64 |
| B. Saran | 64 |
| C. Penutup | 65 |

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

| | | |
|------------|--|----|
| Tabel 1.1 | Daftar Harga Produk | 4 |
| Tabel 2.1 | Penelitian Terdahulu | 25 |
| Tabel 3.1 | Definisi Operasional Variabel | 36 |
| Tabel 3.2 | Skala Likert | 38 |
| Tabel 4.1 | Responden Berdasarkan Fakultas | 48 |
| Tabel 4.2 | Responden Berdasarkan Program Studi | 49 |
| Tabel 4.3 | Responden Berdasarkan Usia | 50 |
| Tabel 4.4 | Responden Berdasarkan Lamanya Menjadi Santri | 51 |
| Tabel 4.5 | Hasil Uji Validitas Instrumen | 52 |
| Tabel 4.6 | Hasil Uji Reliabilitas Instrumen | 53 |
| Tabel 4.7 | Hasil Uji Asumsi Klasik | 54 |
| Tabel 4.8 | Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2) | 55 |
| Tabel 4.9 | Hasil Uji Statistik F | 56 |
| Tabel 4.10 | Hasil Uji Parsial (t) | 56 |
| Tabel 4.11 | Hasil Uji Regresi Linear Berganda | 58 |



DAFTAR GAMBAR

| | | |
|------------|--|----|
| Gambar 1.1 | Grafik 10 <i>Brand</i> Produk <i>Skincare</i> Terlaris di Indonesia | 4 |
| Gambar 2.1 | Kerangka Berfikir | 30 |

