

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>.....</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>i</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>ii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah .....	22
1.2.1 Identifikasi Masalah.....	22
1.2.2 Rumusan Masalah .....	23
1.3 Tujuan Penelitian.....	24
1.4 Manfaat Penelitian.....	24
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	24
1.4.2 Manfaat Praktis .....	24
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS .....</b>	<b>26</b>
2.1 Kajian Pustaka.....	26
2.1.1 Teori Ilmu Manajemen.....	26
2.1.2 Manajemen Pemasaran .....	31
2.1.3 Kajian Variabel Yang Diteliti .....	36
2.1.4 Penelitian Terdahulu yang Relevan.....	49
2.2 Kerangka Pemikiran .....	55
2.2.1 Hubungan Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian.....	55
2.2.2 Hubungan <i>Brand Image</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	57
2.2.3 Hubungan Labelisasi Halal dan <i>Brand Image</i> Terhadap Keputusan Pembelian .....	58

2.2.4 Hipotesis Penelitian .....	60
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>62</b>
3.1 Metode Penelitian yang Digunakan .....	62
3.2 Definisi dan Operasionalisasi Variabel .....	63
3.2.1 Definisi Variabel .....	63
3.2.2 Operasionalisasi Variabel .....	64
3.3 Populasi dan Sampel .....	66
3.3.1 Populasi.....	66
3.3.2 Sampel.....	66
3.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data .....	68
3.4.1 Sumber Data.....	68
3.4.2 Teknik Pengumpulan Data .....	69
3.5 Teknik Analisis Data .....	71
3.5.1 Hubungan Labelisasi Halal terhadap Keputusan Pembelian.....	71
3.5.2 Hubungan <i>Brand Image</i> Terhadap Keputusan Pembelian .....	75
3.5.3 Hubungan Labelisasi Halal (X1) dan <i>Brand Image</i> (X2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	78
3.6 Tempat & Waktu Penelitian .....	83
3.6.1 Tempat Penelitian .....	83
3.6.2 Waktu Penelitian .....	84
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>85</b>
4.1 Hasil Penelitian.....	85
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	85
4.1.2 Karakteristik Responden.....	86
4.1.3 Deskripsi Variabel Yang Diteliti .....	90
4.1.4 Hasil Pengujian Hipotesis .....	131
4.2 Pembahasan .....	152
4.2.1 Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah Kosmetik di Toko Peony Beaute .....	152
4.2.2 Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah Kosmetik di Toko Peony Beaute .....	156

4.2.3 Pengaruh Labelisasi Halal dan <i>Brand Image</i> Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah Kosmetik di Toko Peony Beaute.....	160
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>164</b>
5.1 Simpulan.....	164
5.2 Saran.....	164
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>167</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP .....</b>	