

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	Error! Bookmark not
HALAMAN PENGESAHAN	Error! Bookmark not
KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat penelitian	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA	9
2.1 <i>Brand Image</i>	9
2.2 Label Halal	11
2.3 Kepuasan Konsumen	13
2.4 Keputusan Pembelian	15
2.5 Pengembangan Hipotesis	18
2.5.1 Pengaruh Brand Image terhadap Kepuasan Konsumen	18
2.5.2 Pengaruh Label Halal terhadap Kepuasan Konsumen..	19

2.5.3	Pengaruh Kepuasan Konsumen terhadap Keputusan Pembelian.....	19
2.5.4	Pengaruh Brand Image terhadap Keputusan Pembelian.....	20
2.5.5	Pengaruh Label Halal terhadap Keputusan Pembelian.....	21
2.6	Model empirik.....	22
BAB III	METODE PENELITIAN.....	23
3.1.	Jenis Penelitian.....	23
3.2.	Populasi dan Sampel.....	23
3.2.1.	Populasi.....	23
3.2.2.	Sampel.....	23
3.3.	Sumber data.....	25
3.4.	Metode pengumpulan data.....	26
3.5.	Variabel dan Indikator.....	26
3.6.	Metode Analisis Data.....	27
3.6.1	Uji Validitas.....	27
3.6.2	Uji Reabilitas.....	28
3.7.	Uji Asumsi Klasik.....	28
3.8.	Analisis Data.....	30
3.8.1.	Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>).....	30
3.8.2.	Analisis Regresi Linier Berganda.....	31
3.8.3.	Pengujian Hipotesis.....	31
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	34

4.1. Gambaran Umum Responden.....	34
4.1.1. Jenis Kelamin Responden	34
4.1.2. Umur Responden	35
4.1.3. Tingkat Pendidikan Responden.....	35
4.1.4. Pekerjaan Responden.....	36
4.2. Analisis Hasil Penelitian.....	37
4.2.1. Uji Validitas dan Reliabilitas	37
4.2.1.1. Uji Validitas.....	37
4.2.1.2. Uji Reliabilitas	38
4.2.2. Diskripsi Jawaban Responden.....	38
4.2.2.1. Deskripsi Variabel Brand Image.....	39
4.2.2.2. Deskripsi Variabel Label Halal.....	40
4.2.2.3. Deskripsi Variabel Kepuasan Konsumen.....	41
4.2.2.4. Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian	42
4.2.3. Analisis Jalur	43
4.2.3.1. Uji Asumsi Klasik	43
4.2.3.2. Hasil Analisis Regresi Linier	46
4.2.3.3. Koefisien Determinasi.....	47
4.2.3.3. Pengujian Hipotesis	48
4.3. Pembahasan	53
4.3.1. <i>Brand Image</i> terhadap Kepuasan Konsumen	53
4.3.2. Label Halal terhadap Kepuasan Konsumen	54

4.3.3. Pengaruh Brand Image terhadap Keputusan Pembelian.....	55
4.3.4. Label Halal terhadap Keputusan Pembelian	56
4.3.5. Kepuasan terhadap Keputusan Pembelian	57
BAB V PENUTUP.....	58
5.1 Kesimpulan.....	58
5.2 Saran.....	Error! Bookmark not
DAFTAR PUSTAKA.....	61
LAMPIRAN	48

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Definisi Operasional Variabel	27
Tabel 4.1	Jenis Kelamin Responden.....	34
Tabel 4.2.	Usia Responden	35
Tabel 4.3.	Tingkat Pendidikan Responden	36
Tabel 4.4.	Jenis Pekerjaan Responden.....	36
Tabel 4.5.	Hasil Pengujian Validitas	37
Tabel 4.6.	Hasil Pengujian Reliabilitas.....	38
Tabel 4.7.	Tanggapan Responden Mengenai Brand Image	40
Tabel 4.8.	Tanggapan Responden Mengenai Label Halal	40
Tabel 4.9.	Tanggapan Responden Mengenai Kepuasan Konsumen	41
Tabel 4.10.	Tanggapan Responden Mengenai Keputusan Pembelian	42
Tabel 4.11.	Pengujian normalitas	44
Tabel 4.12.	Pengujian Multikolinieritas 1	44
Tabel 4.13.	Pengujian Multikolinieritas 2	45
Tabel 4.14.	Pengujian Heterokedastisitas 1	45
Tabel 4.15.	Pengujian Heterokedastisitas 2	46
Tabel 4.16.	Model Regresi 1	46
Tabel 4.17.	Model Regresi 2	47
Tabel 4.18.	Koefisien determinasi 1	47
Tabel 4.19.	Koefisien determinasi 2.....	48

Tabel 4.20.	Pegujian Hipotesis 1 dan 2	48
Tabel 4.21.	Pegujian Hipotesis 3 hingga 5	50

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1.	Model Empirik Penelitian	22
-------------	--------------------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1.	Kuisisioner Penelitian	49
Lampiran 2.	Tabulasi data penelitian.....	52
Lampiran 3.	Hasil Olah Data dengan SPSS	54