

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	i
LEMBAR PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME.....	ii
LEMBAR PEDOMAN TRANSLITERASI	iii
ABSTRAK.....	iv
RIWAYAT HIDUP PENELITI	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Penelitian.....	1
B. Rumusan Masalah	14
C. Tujuan Penelitian.....	14
D. Manfaat Penelitian.....	14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	17
A. Penelitian Terdahulu.....	17
B. Landasan Teori	21
1. Label Halal.....	21
a. Pengertian Label.....	21
b. Pengertian Halal	22
c. Pengertian Labelisasi Halal	23
2. Kualitas Produk.....	24
a. Pengertian Kualitas Produk	24
b. Dimensi Kualitas Produk.....	26
3. Keputusan Pembelian.....	28
a. Pengertian Keputusan Pembelian	28
b. Indikator-Indikator Keputusan Pembelian	28
C. Kerangka Berfikir.....	30
D. Hipotesis	34
BAB III METODELOGI PENELITIAN.....	36

A. Metode dan Pendekatan	36
B. Jenis dan Sumber Data.....	36
C. Populasi dan Sampel	37
1. Populasi.....	37
2. Sampel	39
D. Operasionalisasi Variabel Penelitian	41
E. Teknik Pengumpulan Data.....	44
1. Observasi.....	44
2. Dokumentasi	44
3. Kuisisioner/Angket	45
F. Teknik Analisis Data.....	47
1. Uji Instrumen Penelitian	47
a. Uji validitas	47
b. Uji Reliabilitas.....	48
2. Uji Asumsi Klasik.....	49
a. Uji Normalitas	49
b. Uji Multikolinearitas.....	50
c. Uji Heteroskedastisitas	51
3. Uji Hipotesis	51
a. Analisis Regresi Linier Berganda	51
b. Uji Parsial (T).....	52
c. Uji Simultan (F)	53
d. Uji Koefisien Determinasi (R ²).....	54
G. Tempat dan Waktu Penelitian	54
BAB IV PEMBAHASAN DAN HASIL PENELITIAN.....	55
A. Hasil Penelitian.....	55
1. Gambaran Uum Objek Penelitian.....	55
2. Distribusi Karakteristik Responden Penelitian.....	58
3. Pengujian Hipotesis Penelitian	74
B. Pembahasan Hasil Penelitian.....	89
BAB V PENUTUP	93
A. Simpulan.....	93

B. Saran.....	94
DAFTAR PUSTAKA.....	95
LAMPIRAN-LAMPIRAN	100



DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Operasional Variabel Penelitian	42
Tabel 3.2 Rincian Jadwal Penelitian	54
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Penelitian Berdasarkan Jenis Kelamin	58
Tabel 4.2 Tabel Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Usia.....	59
Tabel 4.3 Distribusi frekuensi pernyataan “Saya mengetahui bentuk Label Halal yang resmi dari MUI”.....	60
Tabel 4.4 Distribusi frekuensi pernyataan “Saya memperhatikan Label Halal yang menempel pada kemasan produk Mujigae sebelum melakukan pembelian”	60
Tabel 4.5 Distribusi frekuensi pernyataan “Saya terbantu dengan adanya tulisan label halal untuk mengidentifikasi produk Mujigae sebelum melakukan pembelian”	61
Tabel 4.6 Distribusi frekuensi pernyataan “Adanya Label Halal menjadi pertimbangan saya untuk membeli produk Mujigae”.....	62
Tabel 4.7 distribusi frekuensi pernyataan “Saya mengetahui komposisi yang membuat sebuah produk menjadi tidak halal”	62
Tabel 4.8 Distribusi frekuensi pernyataan “Sebelum saya membeli sebuah produk saya akan mencari tahu tentang kualitas produk yang akan dibeli”	63
Tabel 4.9 Distribusi frekuensi pernyataan “Saya mengetahui nilai tambah yang diberikan perusahaan yang menjadikan kualitas produk Mujigae lebih tinggi”	64
Tabel 4.10 Distribusi frekuensi pernyataan “Saya memperhatikan bahan-bahan yang digunakan dalam produk Mujigae yang dapat mempengaruhi daya tahannya”	65
Tabel 4.11 Distribusi frekuensi pernyataan “Mujigae memiliki berbagai varian produk dengan komposisi yang sesuai”	65
Tabel 4.12 Distribusi frekuensi pernyataan “Saya mempertimbangkan tingkat kepuasan yang akan saya peroleh setelah mengkonsumsi produk Mujigae”	66
Tabel 4.13 Distribusi frekuensi pernyataan “Saya merasa desain kemasan dan inovasi produk Mujigae sangat menarik”	67
Tabel 4.14 Distribusi frekuensi pernyataan “Saya merasa produk Mujigae sesuai dengan spesifikasi yang ditawarkan”	67
Tabel 4.15 Distribusi frekuensi pernyataan “Saya membeli produk Mujigae karena ingin mencobanya”	68

Tabel 4.16 Distribusi frekuensi pernyataan “Saya membeli produk Mujigae karena keunggulannya”	69
Tabel 4.17 Distribusi frekuensi pernyataan “Saya akan merekomendasikan produk Mujigae kepada orang lain”	69
Tabel 4.18 Distribusi frekuensi pernyataan “Saya rutin/beberapa kali membeli produk Mujigae”	70
Tabel 4.19 Distribusi frekuensi pernyataan “Ketika melakukan pembelian, saya membeli lebih dari satu produk Mujigae”	71
Tabel 4.20 Distribusi frekuensi pernyataan “Saya melakukan pembelian karena menginginkan produk Mujigae”	71
Tabel 4.21 Distribusi frekuensi pernyataan “Saya merasa puas dengan rasa dan kualitas produk Mujigae”	72
Tabel 4.22 Distribusi frekuensi pernyataan “Saya membeli produk Mujigae setelah melihat iklan di platform digital dan media sosial”	73
4.23 Distribusi frekuensi pernyataan “Saya membeli produk mujigae karena merasa produk mujigae lebih baik dari produk lainnya”	73
Tabel 4.24 Hasil Uji Validitas pada Variabel Labelisasi Halal (X_1).....	75
Tabel 4.25 Hasil Uji Validitas pada Variabel Kualitas Produk (X_2).....	75
Tabel 4.26 Hasil Uji Validitas pada Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	76
Tabel 4.27 Hasil Uji Reliabilitas	77
Tabel 4.28 Hasil Uji Asumsi Klasik Menggunakan Metode <i>Kolmogrov Smirnov</i>	78
Tabel 4.29 Hasil Uji Multikolinearitas.....	80
Tabel 4.30 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	82
Tabel 4.31 Hasil Uji Parsial (uji t).....	84
Tabel 4.32 Hasil Uji Simultan (uji F)	86
Tabel 4.33 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	88

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir	34
Gambar 3.1 Jumlah Penduduk Kota Bandung Berdasarkan Usia	39
Gambar 4.1 Logo Mujigae	56
Gambar 4.2 Produk Mujigae	57
Gambar 4.3 Grafik Hasil Uji Normalitas	79
Gambar 4.4 Hasil Uji Heteroskedastisitas	81
Gambar 4.5 Tingkat Pengaruh X_1 dan X_2 terhadap Y	89

