

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Identifikasi Masalah	10
C. Batasan Masalah	10
D. Rumusan Masalah	10
E. Tujuan Penelitian	10
F. Kegunaan Penelitian	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	13
A. Kajian Penelitian dan Penelitian Terdahulu	13
B. Konsep dan Teori	17
1. Persepsi.....	17
a. Definisi Persepsi.....	17
b. Landasan Hukum Persepsi.....	18
c. Proses Persepsi.....	18
d. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Persepsi.....	19
e. Indikator Persepsi.....	19
2. Labelisasi Halal.....	20
a. Definisi Label.....	20
b. Labelisasi Halal.....	21
c. Prosedur Labelisasi Halal.....	22
d. Manfaat Labelisasi Halal.....	23
3. Strategi Pemasaran MLM Syariah.....	24

a.	Definisi Strategi Pemasaran	24
b.	Landasan Hukum Strategi Pemasaran MLM Syariah.....	25
c.	Karakteristik Pemasaran Syariah Produk HNI HPAI.....	25
d.	Strategi Pemasaran Multi Level Marketing Syariah	27
e.	MLM Syariah (Networking) HNI HPAI.....	30
4.	Keputusan Pembelian Konsumen	32
a.	Definisi Keputusan Pembelian	32
b.	Faktor yang Mempengaruhi Pembelian Konsumen.....	33
c.	Tahapan Pengambilan Keputusan Pembelian	33
C.	Kerangka Berpikir	35
a.	Hubungan Variabel Persepsi Labelisasi Halal terhadap Keputusan Pembelian...	35
b.	Hubungan Variabel Pemasaran MLM syariah terhadap Keputusan Pembelian	36
D.	Hipotesis	38
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		39
A.	Jenis Penelitian	39
B.	Waktu dan Lokasi Penelitian	39
C.	Populasi dan Sampel	40
1.	Populasi.....	40
2.	Sampel	40
D.	Metode Pengumpulan Data	41
1.	Observasi (Pengamatan).....	41
2.	Wawancara.....	42
3.	Kuisisioner / Angket	42
E.	Sumber Data	43
1.	Data Primer	43
2.	Data Sekunder	44
F.	Definisi Operasional Variabel Penelitian	44
1.	Variabel Independen	44
2.	Variabel Dependen	44
G.	Metode Analisis Data	46
1.	Analisis Deskriptif	46
2.	Uji Kualitas Data.....	46

a.	Uji Validitas.....	46
b.	Uji Reliabilitas.....	46
3.	Uji Asumsi Klasik.....	47
a.	Uji Normalitas.....	47
b.	Uji Multikolinearitas.....	47
c.	Uji Heteroskedastisitas.....	48
4.	Regresi Linear Berganda.....	48
5.	Uji Hipotesis.....	48
a.	Uji t (Parsial).....	48
b.	Uji F (Simultan).....	49
c.	Koefisien Determinasi (R square).....	49
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	51
A.	Hasil Penelitian.....	51
a.	Profil Perusahaan HNI HPAI.....	51
b.	Profil Business Center (BC) HNI HPAI Cikarang Utara.....	55
c.	Analisis Data.....	56
1.	Karakteristik Responden.....	56
2.	Uji Kualitas Data.....	60
a.	Uji Validitas.....	60
b.	Uji Reliabilitas.....	61
3.	Uji Asumsi Klasik.....	62
a.	Uji Normalitas.....	62
b.	Uji Multikolinearitas.....	63
c.	Uji Heteroskedastisitas.....	64
4.	Regresi Linear Berganda.....	66
5.	Uji Hipotesis.....	69
a.	Uji t (Parsial).....	69
b.	Uji F (Simultan).....	73
c.	Koefisien Determinasi (R square).....	74
B.	Pembahasan.....	75
BAB V	PENUTUP.....	80
A.	Kesimpulan.....	80

B. Saran	81
DAFTAR PUSTAKA	82
LAMPIRAN	88



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data Sertifikasi Halal LPPOM MUI	3
Gambar 1. 2 Label Halal MUI.....	3
Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir	37



DAFTAR TABEL

Tabel 1 1 Data Perusahaan Langsung Berjenjang Syariah	6
Tabel 1 2 Data Penjualan HNI HPAI BC Cikarang Utara	8
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	17
Tabel 2. 2 Perbedaan Praktek MLM Syariah dengan Money Game.....	28
Tabel 3. 1 Bobot Skor	44
Tabel 3. 2 Definisi Operasional	45
Tabel 4. 1 Jenis Kelamin Responden	57
Tabel 4. 2 Usia Responden	58
Tabel 4. 3 Tingkat Pendidikan Responden	59
Tabel 4. 4 Jenis Pekerjaan Responden	59
Tabel 4. 5 Uji Validitas X1	60
Tabel 4. 6 Uji Validitas X2	61
Tabel 4. 7 Uji Reliabilitas X1	62
Tabel 4. 8 Uji Reliabilitas X2	62
Tabel 4. 9 Uji Normalitas	63
Tabel 4. 10 Uji Multikolinearitas	64
Tabel 4. 11 Uji Heteroskedastisitas	65
Tabel 4. 12 Regresi Linear Berganda.....	67
Tabel 4. 13 Uji T (Parsial)	70
Tabel 4. 14 Uji F (Simultan).....	74
Tabel 4. 15 Koefisien Determinasi.....	75

