

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN	ii
ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
ملخص	v
LEMBAR PERSETUJUAN	vi
LEMBAR PENGESAHAN	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI	viii
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian.....	9
D. Manfaat Hasil Penelitian	9
E. Kerangka Pemikiran.....	10
F. Hipotesis.....	14
G. Hasil Penelitian Terdahulu	15
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	24
A. Manajemen Pemasaran.....	24
1. Pengertian Manajemen.....	24
2. Pengertian Pemasaran	25
3. Pengertian Manajemen Pemasaran	27
4. Tugas Manajemen Pemasaran.....	28
5. Manajemen Pemasaran dalam Islam.....	29
B. <i>Brand Image</i> (Citra Merek).....	33
1. Pengertian <i>Brand Image</i>	33
2. Unsur-Unsur Merek	36
3. Dimensi <i>Brand Image</i>	37
4. <i>Brand Image</i> dalam Islam	38
C. Labelisasi Halal.....	40
1. Pengertian Label.....	40
2. Pengertian Halal	42
3. Pengertian Labelisasi Halal.....	44
4. Dimensi Label Halal	47
D. Harga	48
1. Pengertian Harga	48
2. Penetapan Harga.....	49
3. Tujuan Penetapan Harga	50
4. Dimensi Harga	51
5. Harga dalam Islam	52
E. Keputusan Pembelian.....	54
1. Pengertian Keputusan Pembelian.....	54

2.	Faktor Keputusan Pembelian	55
3.	Tahapan Keputusan Pembelian	59
4.	Dimensi Keputusan Pembelian	60
5.	Keputusan Pembelian dalam Islam	61
F.	Makanan Cepat Saji	65
1.	Pengertian Makanan Cepat Saji	65
2.	Jenis Makanan Cepat Saji	66
3.	Faktor Konsumsi Makanan Cepat Saji.....	67
4.	Makanan Cepat Saji dalam Islam.....	68
BAB III	METODOLOGI PENELITIAN	71
A.	Pendekatan dan Metode Penelitian	71
B.	Sumber Penelitian	71
C.	Populasi dan Sampel	72
D.	Teknik Pengumpulan Data	74
E.	Definisi Operasionalisasi Variabel	76
F.	Teknik Analisis Data	77
1.	Uji Instrumen	78
2.	Uji Asumsi Klasik	79
3.	Uji Hipotesis	81
G.	Tempat dan Waktu Penelitian.....	84
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	85
A.	Hasil Penelitian	85
1.	Gambaran Umum Objek Penelitian	85
a.	Sejarah Perusahaan.....	85
b.	Visi dan Misi Perusahaan	87
c.	Produk-Produk Richeese Factory.....	87
d.	Lokasi Penelitian.....	89
2.	Deskripsi Hasil Penelitian.....	89
a.	Karakteristik Responden	89
b.	Deskripsi Variabel Penelitian	93
3.	Hasil Analisis Data	106
a.	Uji Instrumen	106
b.	Uji Asumsi Klasik	108
c.	Uji Hipotesis	111
B.	Pembahasan.....	116
1.	Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap Keputusan Pembelian Richeese Factory Metro Bandung	116
2.	Pengaruh Labelisasi Halal terhadap Keputusan Pembelian Richeese Factory Metro Bandung	118
3.	Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian Richeese Factory Metro Bandung	120
4.	Pengaruh <i>Brand Image</i> , Labelisasi Halal, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Richeese Factory Metro Bandung.....	121
BAB V	PENUTUP.....	123
A.	Simpulan	123
B.	Saran.....	124

DAFTAR PUSTAKA	126
LAMPIRAN.....	133



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Indeks Merek Restoran Cepat Saji.....	4
Tabel 1.2. Daftar Harga Menu Reguler Makanan Cepat Saji	8
Tabel 1.3. Penelitian Terdahulu	20
Tabel 3.1. Poin dalam Skala Likert Kuesioner	76
Tabel 3.2. Operasionalisasi Variabel	76
Tabel 3.3. Waktu Penelitian 2022-2023.....	84
Tabel 4.1. Produk dan Harga Menu Richeese Factory.....	87
Tabel 4.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	89
Tabel 4.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	90
Tabel 4.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	91
Tabel 4.5. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	92
Tabel 4.6. Pernyataan Richeese Factory memiliki merek yang dikenal banyak orang sebagai merek restoran cepat saji	94
Tabel 4.7. Pernyataan Richeese Factory memiliki popularitas yang baik	94
Tabel 4.8 Pernyataan Merek Richeese Factory mudah diingat.....	95
Tabel 4.9. Pernyataan Richeese Factory memiliki perbedaan dengan restoran cepat saji lainnya	95
Tabel 4.10. Pernyataan Richeese Factory memiliki ciri khas	96
Tabel 4.11. Pernyataan Richeese Factory memiliki produk bervariasi.....	96
Tabel 4.12. Pernyataan Richeese Factory memiliki kualitas yang sesuai dengan tampilan dan rasanya.....	97
Tabel 4.13. Richeese Factory menjadi pilihan makanan cepat saji.....	97
Tabel 4.14. Saya mengetahui adanya label halal pada Richeese Factory	98
Tabel 4.15. Saya membeli Richeese Factory karena telah berlabel halal	98
Tabel 4.16. Gambar dan tulisan halal pada Richeese Factory adalah resmi	98
Tabel 4.17. Pernyataan Gambar dan tulisan halal terbaca jelas	99
Tabel 4.18. Pernyataan Adanya label halal memberikan jaminan bahwa produk Richeese Factory adalah aman untuk dikonsumsi	99
Tabel 4.19. Pernyataan Saya memerhatikan label halal pada kemasan	100
Tabel 4.20. Harga Richeese Factory sudah sesuai dengan daya beli konsumen...	100
Tabel 4.21. Harga Richeese Factory sesuai dengan diferensiasi produk yang ditawarkan	101
Tabel 4.22. Pernyataan Harga Richeese Factory sesuai dengan kualitas dan layanan yang diberikan.....	101
Tabel 4.23. Pernyataan Harga Richeese Factory sesuai dengan nilai tambah yang dirasakan konsumen	102
Tabel 4.24. Pernyataan Harga Richeese Factory memiliki daya saing dengan merek lain yang sejenis	102
Tabel 4.25. Pernyataan Richeese Factory memberikan promo.....	102
Tabel 4.26. Pernyataan Saya membeli Richeese Factory karena memiliki diferensiasi produk	103
Tabel 4.27. Pernyataan Saya membeli Richeese Factory karena merasa aman telah berlabel halal	104

Tabel 4.28. Pernyataan Saya membeli Richeese Factory karena harganya sesuai dengan produk yang diberikan.....	104
Tabel 4.29. Pernyataan Saya membeli Richeese Factory karena melihat iklan....	104
Tabel 4.30. Pernyataan Saya membeli Richeese Factory karena keinginan sendiri.....	105
Tabel 4.31. Pernyataan Saya membeli Richeese Factory berdasar rekomendasi orang lain.....	105
Tabel 4.32. Pernyataan Saya menyukai Richeese Factory.....	106
Tabel 4.33. Pernyataan Saya akan merekomendasikan Richeese Factory kepada orang lain.....	106
Tabel 4.34. Hasil Uji Validitas.....	107
Tabel 4.35. Hasil Uji Reliabilitas.....	108
Tabel 4.36. Hasil Uji Multikolinieritas	111
Tabel 4.37. Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	112
Tabel 4.38. Uji t Parsial.....	114
Tabel 4.39. Hasil Uji Simultan (Uji F).....	115
Tabel 4.40. Hasil Koefisien Determinasi (R^2)	116



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Kerangka Pemikiran.....	14
Gambar 2.1. Logo Halal MUI.....	45
Gambar 2.2. Tahapan Keputusan Pembelian.....	59
Gambar 4.1. Logo Richeese Factory.....	86
Gambar 4.2. Ciri Khas Menu Richeese Factory.....	88
Gambar 4.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	90
Gambar 4.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	91
Gambar 4.5. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan.....	92
Gambar 4.6. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	93
Gambar 4.7. Uji Normalitas teknik <i>Kolmogorov-Smirnov</i>	109
Gambar 4.8. Hasil Uji Heteroskedastisitas metode Scatterplot.....	110
Gambar 4.9. Ilustrasi Skema Kerangka Pemikiran.....	122

