

## DAFTAR ISI

### LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

ABSTRAK .....	i
ABSTRACT .....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI .....	vii
DAFTAR TABEL .....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN .....	xv

### BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Identifikasi Masalah .....	8
1.3 Pembatasan masalah .....	8
1.4 Perumusan masalah .....	8
1.5 Tujuan Penelitian .....	9
1.6 Manfaat Penelitian .....	10

### BAB II KAJIAN PUSTAKA

2.1 Kajian Teori.....	11
2.1.1 Keputusan Pembelian .....	12
2.1.1.1 Pengertian Keputusan Pembelian .....	12
2.1.1.2 Faktor-Faktor Utama Penentu Keputusan Pembelian .....	13
2.1.1.3 Tahapan Proses Keputusan Pembelian .....	14
2.1.1.4 Indikator Keputusan Pembelian .....	15

2.1.2 Persepsi Kehalalan Produk .....	16
2.1.2.1 Pengertian Persepsi.....	16
2.1.2.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Persepsi .....	18
2.1.2.3 Proses Terjadinya Persepsi .....	20
2.1.2.4 Pengertian Kehalalan Produk .....	21
2.1.3 <i>Brand Image</i> .....	23
2.1.3.1 Pengertian <i>Brand Image</i> .....	23
2.1.3.2 Faktor-Faktor Pendorong Terbentuknya <i>Brand Image</i> .....	24
2.1.3.3 Indikator <i>Brand Image</i> .....	25
2.1.4 Diferensiasi Produk .....	27
2.1.4.1 Pengertian Diferensiasi Produk .....	27
2.1.4.2 Indikator Diferensiasi Produk.....	29
2.2 Penelitian Relevan .....	31
2.3 Kerangka Berpikir .....	33
2.4 Hipotesis .....	35

### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

3.1 Lokasi Penelitian .....	36
3.2 Populasi dan Sampel.....	36
3.2.1 Populasi .....	36
3.2.2 Sampel .....	36
3.3 Variabel Penelitian dan Defenisi Operasional.....	37
3.4 Teknik Pengumpulan Data .....	39
3.5 Uji Instrumen Penelitian.....	40

3.5.1 Uji Validitas .....	41
3.5.2 Uji Reliabilitas .....	41
3.6 Uji Asumsi Klasik .....	43
3.6.1 Uji Normalitas .....	43
3.6.2 Uji Multikolinearitas.....	43
3.6.3 Uji Heterokedastisitas.....	43
3.7 Teknik Analisis Data .....	44
3.7.1 Deskriptif Variabel Penelitian .....	44
3.7.2 Analisis Regresi Linear Berganda .....	45
3.8 Uji Hipotesis .....	45
3.8.1 Uji Signifikan Simultan (Uji t).....	46
3.8.2 Uji Signifikan Simultan (Uji F).....	47
3.8.3 Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	48

#### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

4.1 Hasil Penelitian.....	49
4.1.1 Profil Perusahaan .....	49
4.1.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan .....	49
4.1.1.2 Visi dan Misi Perusahaan .....	50
4.1.1.3 Segmentasi Pasar .....	50
4.1.2 Identifikasi Responden.....	52
4.1.3 Deskriptif Variabel Penelitian.....	54
4.1.3.1 Persepsi Kehalalan Produk .....	54
4.1.3.2 <i>Brand Image</i> .....	55

4.1.3.3 Diferensiasi Produk.....	55
4.1.3.4 Keputusan Pembelian .....	56
4.1.4 Deskripsi Variabel Penelitian .....	57
4.1.4.1 Persepsi Kehalalan Produk .....	57
4.1.4.2 <i>Brand Image</i> .....	58
4.1.4.3 Diferensiasi Produk.....	58
4.1.4.4 Keputusan Pembelian .....	58
4.2 Uji Instrumen Penelitian .....	59
4.2.1 Uji Validitas dan Reliabilitas .....	59
4.2.1.1 Persepsi Kehalalan Produk .....	59
4.2.1.2 <i>Brand Image</i> .....	60
4.2.1.3 Diferensiasi Produk.....	61
4.2.1.4 Keputusan Pembelian .....	62
4.3 Uji Asumsi Klasik .....	63
4.3.1 Uji Normalitas .....	63
4.3.2 Uji Multikolinearitas .....	65
4.3.3 Uji Heterokedastisitas .....	67
4.4 Analisis Regresi Linear Berganda .....	68
4.5 Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji t).....	70
4.5.1 Pengujian Pengaruh Persepsi Kehalalan Produk Terhadap Keputusan Pembelian .....	71
4.5.2 Pengujian Pengaruh <i>Brand image</i> Terhadap Keputusan Pembelian .....	71

4.5.3 Pengujian Pengaruh Diferensiasi Produk Terhadap	
Keputusan Pembelian .....	71
4.6 Uji Secara Simultan (Uji F) .....	71
4.7 Uji Koefisien determinasi ( $R^2$ ) .....	72
4.8 Pembahasan Penelitian .....	73
4.8.1 Pengaruh Persepsi Kehalalan Produk (X1) Terhadap	
Keputusan Pembelian .....	73
4.8.2 Pengaruh <i>Brand Image</i> (X2) Terhadap Keputusan	
Pembelian .....	74
4.8.3 Pengaruh Diferensiasi Produk (X3) Terhadap Keputusan	
Pembelian .....	75
4.8.4 Pengaruh Persepsi Kehalalan Produk, <i>Brand Image</i> dan	
Diferensiasi Produk Terhadap keputusan Pembelian .....	76
<b>BAB V SIMPULAN</b>	
5.1 Simpulan .....	78
5.2 Saran .....	78
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>80</b>
<b>LAMPIRAN</b>	