

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	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
1.5 Sistematika Penulisan.....	7
BAB II TELAAH PUSTAKA	9
2.1 Manajemen Pemasaran.....	9
2.2 Perilaku Konsumen	11
2.3 Keputusan Pembelian.....	12
2.4 Kesadaan Halal.....	18
2.4.1 Konsep Halal.....	18
2.4.2 Kesadaran Halal	19
2.5 <i>Islamic Branding</i>	22
2.6 Pengaruh antar Variabel	25
2.6.1 Pengaruh kesadaran Halal Terhadap Keputusan Pembelian.....	25
2.6.2 Pengaruh <i>Islamic Branding</i> Terhadap Keputusan pembelian.....	26
2.7 Ayat Pendukung Penelitian	27
2.8 Penelitian Terdahulu	28
2.9 Kerangka Berpikir	29
2.10 Hipotesis Penelitian	30

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2.11 Variabel Penelitian.....	30
2.12 Defenisi Operasional Variabel.....	31
BAB III METODE PENELITIAN	33
3.1 Tempat, Waktu dan Lokasi Penelitian	33
3.2 Jenis dan Sumber Data	33
3.2.1 Data Primer	33
3.2.2 Data Sekunder.....	33
3.3 Populasi Dan Sampel	34
3.3.1 Populasi.....	34
3.3.2 Sampel	34
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	35
3.4.1 Kuisisioner	35
3.5 Teknik Analisa Data.....	36
3.5.1 Teknik Skala Pengukuran	36
3.5.2 Analisis Kuantitatif.....	36
3.6 Uji Kualitas Data.....	37
3.6.1 Uji Validitas.....	37
3.6.2 Uji Reabilitas	38
3.7 Uji Asumsi Klasik	38
3.7.1 Uji Normalitas.....	38
3.7.2 Uji Multikolinieritas	39
3.7.3 Uji Heteroskedastisitas	39
3.7.4 Uji Autokorelasi.....	40
3.8 Uji Hipotesis.....	41
3.8.1 Analisis Regresi Linier Berganda	41
3.8.2 Koefisien Determinasi (R^2)	41
3.8.3 Koefisien Determinasi	42
3.8.4 Uji t (Uji Parsial).....	43
3.8.5 Uji F (Uji Simultan).....	43

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB IV GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN	45
4.1 Sejarah Kota Pekanbaru	45
4.2 Pekanbaru Sebagai Ibu Kota Provinsi Riau	47
4.3 Visi dan Misi	49
4.4 Keadaan Geografis Kota Pekanbaru.....	51
4.5 Keadaan Kependudukan Kota Pekanbaru	54
4.6 Jumlah Penduduk Kota Pekanbaru.....	54
4.7 Pemerintahan.....	56
BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN	59
5.1 Hasil Penelitian	59
5.2 Karakteristik Responden	59
5.2.1 Responden Berdasarkan Umur	59
5.2.2 Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	60
5.2.3 Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	61
5.3 Analisis Deskripsi Kesadaran Halal dan <i>Islamic Branding</i> Terhadap Keputusan Pembelian Produk BB Cream.....	62
5.3.1 Tanggapan Responden terhadap Variabel Kesadaran Halal (X_1).....	62
5.3.2 Tanggapan Responden terhadap Variabel <i>Islamic</i> <i>Branding</i> (X_2)	63
5.3.3 Tanggapan Responden terhadap Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	65
5.4 Uji Kualitas Data.....	66
5.4.1 Uji Validitas.....	66
5.4.2 Uji Reabilitas	67
5.5 Uji Asumsi Klasik	68
5.5.1 Uji Normalitas.....	68
5.5.2 Uji Multikolenieritas.....	69
5.5.3 Uji Heteroskedastisitas	70
5.5.4 Uji Autokorelasi.....	71

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

5.6 Uji Hipotesis.....	72
5.6.1 Regresi Linier Berganda	72
5.6.2 Uji Koefisien Determinasi	74
5.6.3 Uji t (Uji Parsial).....	75
5.6.4 Uji F (Uji Simultan).....	77
5.7 Pembahasan.....	78
5.7.1 Kesadaran Halal berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Produk BB Cream.....	78
5.7.2 <i>Islamic Branding</i> berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Produk BB Cream.....	79
5.7.3 Kesadaran Halal dan <i>Islamic Branding</i> secara bersama-sama berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Produk BB Cream.....	81
BAB VI PENUTUP	83
6.1 Kesimpulan	83
6.2 Saran.....	84

DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN