



## DAFTAR ISI

<b>Abstrak</b> .....	<b>i</b>
<b>Kata Pengantar</b> .....	<b>ii</b>
<b>Daftar Isi</b> .....	<b>iii</b>
<b>Daftar Tabel</b> .....	<b>iv</b>
<b>Daftar Gambar</b> .....	<b>v</b>
<b>Bab 1 Pendahuluan</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	10
1.3 Tujuan Penelitian .....	10
1.4 Manfaat Penelitian .....	11
1.5 Sistematika Penulisan .....	11
<b>Bab 2 Kajian Pustaka</b> .....	<b>13</b>
2.1 Pengertian Manajemen Pemasaran .....	13
2.2 Kesadaran Merek .....	14
2.2.1 Pengertian Keasadaran Merek .....	14
2.2.2 Tingkatan Kesadaran Merek .....	16
2.3 Label Halal .....	18
2.3.1 Pengertian Label .....	18
2.3.2 Halal .....	18
2.3.3 Label Halal .....	19
2.4 Bahan Makanan .....	20
2.4.1 Pengertian Bahan Makanan .....	20
2.4.2 Bahan Tambahan Yang Dilarang dalam Makanan .....	22
2.5 Keputusan Pembelian .....	23
2.5.1 Pengertian Keputusan Pembelian .....	23
2.5.2 Konsep Keputusan .....	24
2.5.3 Motif Pembelian .....	25
2.5.4 Macam-macam Motif Pembelian .....	25
2.5.5 Pengambilan keputusan Pembelian .....	26
2.6 Pandangan Islam Tentang Produk Makanan Halal .....	28
2.6.1 Pengertian Makanan Halal .....	28
2.6.2 Ciri – ciri makanan dan minuman yang halal .....	28
2.6.3 Makanan dan minuman yang haram .....	31
2.6.4 Ciri – ciri makanan dan minuman yang haram .....	32
2.6.5 Jenis makanan dan minuman yang haram .....	32
2.7 Penelitian Terdahulu .....	33
2.8 Variabel Penelitian .....	36
2.9 Definisi Konsep Variabel Penulisan .....	36
2.10 Kerangka Pemikiran .....	38
2.11 Hipotesis .....	39
<b>Bab 3 Metodologi Penelitian</b> .....	<b>40</b>
3.1 Lokasi Penelitian .....	40
3.2 Waktu Penelitian .....	40
3.3 Jenis dan Sumber Data .....	40
3.4 Teknik Pengumpulan Data .....	41

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruhnya tulisan 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.



3.5	Populasi dan Penentuan Sampel .....	42
3.6	Teknik Analisis Data .....	43
	a. Uji Validitas .....	43
	b. Uji Reliabilitas .....	45
	c. Uji Regresi Linier Berganda .....	45
	d. Uji Asumsi Klasik .....	46
	a) Uji Normalitas .....	47
	b) Uji Multikolinieritas .....	47
	c) Uji Heteroskedastisitas .....	48
	d) Uji Autokorelasi .....	49
	e. Pengujian Hipotesis .....	50
	a) Koefisien Determinasi .....	51
	b) Uji Simultan .....	51
	c) Uji Parsial .....	52
	<b>Bab 4 Gambaran Umum Objek Penelitian .....</b>	<b>54</b>
4.1	Gambaran Umum Kota Pekanbaru .....	54
	4.1.1 Sejarah Kota Pekanbaru .....	54
	4.1.2 Letak Geografis Kota Pekanbaru .....	58
	a. Letak dan Luas.....	58
	b. Batas .....	59
	c. Sungai .....	59
	d. Iklim .....	60
4.2	Visi dan Misi Kota Pekanbaru .....	60
4.3	Gambaran Produk Mie Instan Samyang .....	62
	<b>Bab 5 Hasil Pembahasan dan Penelitian .....</b>	<b>64</b>
5.1	Hasil Penelitian .....	64
5.2	Karakteristik Responden.....	64
	5.2.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	64
	5.2.2 Responden Berdasarkan usia .....	65
5.3	Analisis Deskripsi Kesadaran Merek, Label Halal, Dan Bahan Makanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Mie Instan Samyang .....	66
	5.3.1 Tanggapan Responden terhadap Variabel Kesadaran Merek(X1) .....	66
	5.3.2 Tanggapan Responden terhadap Variabel Label Halal (X2).....	67
	5.3.3 Tanggapan Responden terhadap Variabel Bahan Makanan(X3) .....	69
	5.3.4 Tanggapan Responden terhadap Variabel Keputusan Pembelian (Y) .....	70
5.4	Uji Kualitas Data .....	71
	5.4.1 Uji Validitas .....	71
	5.4.2 Uji Realibilitas.....	73
	5.4.3 Uji Normalitas .....	74
5.5	Uji Asumsi Klasik .....	75
	5.5.1 Uji Multikolinieritas .....	75
	5.5.2 Uji Autokorelasi .....	76
	5.5.3 Uji Heteroskesditas .....	76
5.6	Analisis Regresi Berganda .....	78
5.7	Uji Hipotesis .....	80
	5.7.1 Uji t (uji parsial) .....	80
	5.7.2 Uji F (uji simultan) .....	82

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan atau 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.



5.7.3 Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	83
<b>Bab 6 Kesimpulan dan saran .....</b>	<b>85</b>
6.1 Kesimpulan .....	85
6.2 Saran .....	86

**Daftar Pustaka**  
**Lampiran**

- 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 GAMBAR

Gambar 2.1	Level atau tingkatan <i>brand awarenes</i> .....	16
Gambar 2.2	Indikator Variabel Brand Awareness .....	17
Gambar 2.3	Proses Pengambilan Keputusan Pembelian .....	26
Gambar 4.1	bentuk Mie samyang .....	62
Gambar 5.1	Hasil Uji Normalitas Variabel Dependen .....	74
Gambar 5.2	Grafik Scatterplot .....	77

