

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
SURAT PERNYATAAN.....	
LEMBAR PENGESAHAN	
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR TABEL.....	ix
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 LATAR BELAKANG MASALAH.....	1
1.2 PERUMUSAN MASALAH	5
1.3 TUJUAN PENELITIAN.....	5
1.4 MANFAAT PENELITIAN.....	5
BAB II.....	7
TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1. Penelitian Terdahulu	7
2.2 Kajian Teoritis.....	8
2.2.1 Marketing Komunikasi.....	8
2.2.2 Halal	11

2.2.2.1 Definisi Halal	11
2.2.3.2. Defnisi Label Halal	13
2.2.3. Perilaku Konsumen	16
2.2.3.1. Model Perilaku Konsumen.....	17
2.2.3.2. Faktor - faktor yang mempengaruhi perilaku pembelian	19
2.2.4 Minat Beli	28
2.4 Hipotesis.....	31
BAB III	32
METODOLOGI PENELITIAN.....	32
3.1 TIPE PENELITIAN	32
3.2 METODE PENELITIAN.....	32
3.3 POPULASI dan SAMPEL	34
3.3.1. Populasi.....	34
3.3.2. Sampel.....	35
3.4 Definisi Konsep dan Operasionalisasi Konsep	36
3.5 Validitas dan Realibilitas	39
3.5.1. Uji validitas	39
3.5.2. Uji reabilitas	40
3.6 Metode Pengumpulan Data	41
3.6.1 Instrumen Pengumpulan Data	42

3.7 Teknik Analisis Data	43
3.7.1 Uji Korelasi Pearson Product Moment	44
3.7.2 Analisis regresi linear sederhana.....	45
3.8 Hipotesa Penelitian.....	45
BAB IV	46
HASIL PENELITIAN.....	46
4.1 Gambaran umum perusahaan.....	46
4.1.1 Sejarah Perusahaan PT. Unilever Indonesia Tbk.....	46
4.1.2 VISI MISI Perusahaan	51
4.1.3 Sunsilk Hijab.....	51
4.2 Gambaran umum responden	53
4.3 Hasil penelitian.....	56
4.2.1 Uji Validitas	56
4.2.2 Uji Reliabilitas	58
4.4 Uji Regresi Linear Sederhana	60
4.5 Uji T	62
4.6 Pembahasan.....	63
BAB V.....	66
Kesimpulan dan Saran.....	66
A. Kesimpulan	66

B. Saran	66
DAFTAR PUSTAKA	68
LAMPIRAN	

