

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PERNYATAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>iii</b>
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI .....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah .....	11
C. Tujuan Penelitian .....	11
D. Kegunaan Penelitian.....	12
<b>BAB II KERANGKA TEORITIS .....</b>	<b>13</b>
A. Landasan Teori.....	13
1. Keragaman Produk Berlabel Halal .....	13
2. Promosi.....	22
3. Harga .....	28
4. Keputusan Pembelian .....	36
B. Penelitian Terdahulu.....	47
C. Kerangka Pemikiran .....	50
D. Hipotesis.....	53
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>55</b>

A. Metode Penelitian.....	55
B. Operasional Variabel.....	56
1. Variabel Independen.....	56
2. Variabel Dependen .....	61
C. Populasi dan Sampel .....	63
1. Populasi .....	63
2. Sampel .....	64
D. Teknik Pengumpulan Data.....	65
1. Observasi .....	65
2. Kuesioner.....	65
E. Instrumen Penelitian.....	66
1. Uji Validitas Instrumen .....	69
2. Uji Reliabilitas Instrumen.....	74
F. Uji Persyaratan Analisis .....	78
1. Uji Asumsi Dasar .....	78
2. Uji Asumsi Klasik .....	79
G. Teknik Analisis Data.....	80
1. Analisis Deskriptif.....	80
2. Pengujian Hipotesis .....	82
H. Tempat dan Jadwal Penelitian.....	86
1. Waktu .....	86
2. Tempat Penelitian.....	88
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>89</b>
A. Sejarah Tempat Penelitian.....	89
1. Sejarah Berdirinya Toko.....	89

2. Struktur Organisasi .....	90
B. Karakteristik Responden .....	91
1. Deskripsi Gender Responden .....	91
2. Deskripsi Usia Responden.....	92
3. Deskripsi Pekerjaan Responden .....	93
C. Hasil Penelitian.....	94
1. Uji Persyaratan Analisis .....	94
2. Analisis Statistik Deskriptif.....	100
3. Uji Hipotesis.....	112
D. Pembahasan Hasil Penelitian .....	125
1. Pengaruh Keragaman Produk Berlabel Halal Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Al-Muslim Mart.....	125
2. Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Al-Muslim Mart.....	128
3. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Al-Muslim Mart.....	130
4. Pengaruh Keragaman Produk Berlabel Halal,Promosi dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Al-Muslim Mart .....	133
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>136</b>
A. Simpulan .....	136
B. Saran.....	137
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>140</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>145</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Jumlah Kunjungan Konsumen Al-Muslim Mart Tahun 2022 .....	9
Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran.....	53
Gambar 4. 1 Hasil Uji Scatterplot.....	98
Gambar 4. 2 Histogram Variabel Keragaman Produk Berlabel Halal .....	102
Gambar 4. 3 Histogram Variabel Promosi.....	105
Gambar 4. 4 Histogram Variabel Harga .....	108
Gambar 4. 5 Histogram Variabel Keputusan Pembelian .....	111

## DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu .....	48
Tabel 3. 1 Operasional Variabel Keragaman Produk Berlabel Halal ( $X_1$ ) .....	57
Tabel 3. 2 Operasional Variabel Promosi ( $X_2$ ) .....	59
Tabel 3. 3 Operasional Variabel Harga ( $X_3$ ).....	60
Tabel 3. 4 Operasional Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	62
Tabel 3. 5 Notasi dan Skor Pada Skala Likert .....	67
Tabel 3. 6 kisi-Kisi Instrumen Penelitian.....	68
Tabel 3. 7 Hasil Uji Validitas Variabel $X_1$ .....	70
Tabel 3. 8 Hasil Uji Validitas Variabel $X_2$ .....	71
Tabel 3. 9 Hasil Uji Validitas Variabel $X_3$ .....	72
Tabel 3. 10 Hasil Uji Validitas Variabel Y .....	73
Tabel 3. 11 Hasil Uji Reliabilitas Variabel $X_1$ .....	75
Tabel 3. 12 Hasil Uji Reliabilitas Variabel $X_2$ .....	75
Tabel 3. 13 Hasil Uji Reliabilitas Variabel $X_3$ .....	76
Tabel 3. 14 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y .....	77
Tabel 3. 15 Interpretasi Variabel Keragaman Produk Berlabel Halal ( $X_1$ ).....	81
Tabel 3. 16 Interpretasi Variabel Promosi ( $X_2$ ) .....	81
Tabel 3. 17 Interpretasi Variabel Harga ( $X_3$ ).....	82
Tabel 3. 18 Interpretasi Variabel Keputusan Pembelian (Y) .....	82
Tabel 3. 19 Pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi.....	84
Tabel 3. 20 Waktu Penelitian .....	87
Tabel 4. 1 Deskripsi Gender Responden.....	92
Tabel 4. 2 Deskripsi Usia Responden .....	92
Tabel 4. 3 Deskripsi Pekerjaan Responden.....	93
Tabel 4. 4 Uji Normalitas Data .....	94
Tabel 4. 5 Uji Linearitas Keragaman Produk Berlabel Halal( $X_1$ ).....	95
Tabel 4. 6 Uji Linearitas Promosi ( $X_2$ ).....	96
Tabel 4. 7 Uji Linearitas Harga ( $X_3$ ) .....	96
Tabel 4. 8 Uji Multikolinearitas .....	97
Tabel 4. 9 Uji Heterokedastisitas Spearman's Rho .....	99

Tabel 4. 10 Deskriptif Data.....	100
Tabel 4. 11 Statistik Variabel Keragaman Produk Berlabel Halal.....	101
Tabel 4. 12 Distribusi Frekuensi Keragaman Produk Berlabel Halal .....	101
Tabel 4. 13 Perolehan Skor Variabel Keragaman Produk Berlabel Halal .....	103
Tabel 4. 14 Statistik Variabel Promosi .....	104
Tabel 4. 15 Distribusi Frekuensi Promosi.....	104
Tabel 4. 16 Perolehan Skor Variabel Promosi .....	106
Tabel 4. 17 Statistik Deskriptif Variabel Harga.....	107
Tabel 4. 18 Distribusi Frekuensi Harga .....	107
Tabel 4. 19 Perolehan Skor Variabel Harga.....	109
Tabel 4. 20 Statistik Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian.....	110
Tabel 4. 21 Distribusi Frekuensi Keputusan Pembelian .....	110
Tabel 4. 22 Perolehan Skor Variabel Keputusan Pembelian .....	111
Tabel 4. 23 Hasil Analisis Korelasi Keragaman Produk Berlabel Halal Terhadap Keputusan Pembelian.....	112
Tabel 4. 24 Hasil Analisis Regresi Keragaman Produk Berlabel Halal Terhadap Keputusan Pembelian.....	113
Tabel 4. 25 Koefisien Determinasi Keragaman Produk Berlabel Halal Terhadap Keputusan Pembelian.....	114
Tabel 4. 26 Hasil Uji T Variabel Keragaman Produk Berlabel Halal (X1).....	115
Tabel 4. 27 Hasil Analisis Korelasi Promosi Terhadap Keputusan Pembelian ..	116
Tabel 4. 28 Hasil Analisis Regresi Promosi Terhadap Keputusan Pembelian ...	117
Tabel 4. 29 Koefisien Determinasi Promosi Terhadap Keputusan Pembelian ...	118
Tabel 4. 30 Hasil Uji T Variabel Promosi (X2) .....	118
Tabel 4. 31 Hasil Analisis Korelasi Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	119
Tabel 4. 32 Hasil Analisis Regresi Harga Terhadap Keputusan Pembelian .....	120
Tabel 4. 33 Koefisien Determinasi Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	121
Tabel 4. 34 Hasil Uji T variabel Harga (X3) .....	121
Tabel 4. 35 Hasil Analisis Korelasi Berganda .....	122
Tabel 4. 36 Hasil Analisis Regresi Berganda.....	123
Tabel 4. 37 Hasil Uji F $X_1, X_2, X_3$ Terhadap Y .....	125

