

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR TABEL.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah	11
1.3 Tujuan Penelitian	12
1.4 Manfaat penelitian.....	12
BAB II LANDASAN TEORI	13
2.1 Religiusitas.....	13
2.2 SIKAP TERHADAP PRODUK HALAL.....	19
2.3 Niat Beli	21
2.4 Hubungan Antar Variabel	22
2.5 Model Empirik	26
BAB III METODE PENELITIAN.....	28
3.1 Jenis Penelitian.....	28
3.2 Populasi dan Sampel	28
3.2.1 Populasi	28
3.2.2 Sampel	28
3.3 Sumber dan Metode Pengumpulan Data.....	29
3.3.1 Sumber Data	29
3.3.2 Metode Pengumpulan Data	30
3.3.3 Variabel dan Indikator	30
3.4 Teknik Analisis Data.....	33

3.4.1	Analisis Kuantitatif.....	33
3.4.2	Uji Validitas.....	33
3.4.3	Uji Reliabilitas.....	33
3.4.4	Uji Asumsi Klasik	34
3.5	Analisis Jalur (<i>path analysis</i>)	37
3.6	Pengujian Hipotesis.....	38
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	41
4.1	Hasil Penelitian	41
4.1.1	Deskripsi Responden	41
4.2	Analisis Kuantitatif	44
4.2.1	Uji Validitas.....	44
4.2.2	Uji Reliabilitas.....	52
4.2.3	Uji Asumsi Klasik	53
4.2.4	Analisis Regresi dan Pengujian Hipotesis	56
4.2.5	Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>)	63
4.3	Pembahasan.....	64
4.3.1.	Pengaruh Religiusitas terhadap Sikap terhadap Produk Halal	65
4.3.2.	Pengaruh Religiusitas terhadap Niat Beli.....	71
4.3.3.	Pengaruh Sikap terhadap Produk Halal terhadap Niat Beli.....	71
BAB V	PENUTUP.....	73
5.1	Simpulan	73
5.2	Implikasi Manajerial	75
DAFTAR PUSTAKA	78

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 2 label halal resmi mui	8
Gambar 2.1 kerangka pemikiran teoritis	27
Gambar 4.1 uji normalitas grafik p-plot.....	54
Gambar 4.2 uji heteroskedastisitas.....	56

DAFTAR TABEL

Tabel 1.2 data jumlah penduduk pati berdasarkan agama	11
Tabel 3.1 operasional variabel	31
Tabel 4.1 jenis kelamin responden.....	41
Tabel 4.2 umur responden.....	42
Tabel 4.3 pendidikan terakhir responden	43
Tabel 4.4 status perkawinan	44
Tabel 4.5 uji validitas variabel dimensi ideologi / keyakinan (x1).....	45
Tabel 4.6 uji validitas variabel dimensi ritualistik / praktik (x2).....	46
Tabel 4.7 uji validitas variabel dimensi intelektual / pengetahuan (x3)	47
Tabel 4.8 uji validitas variabel dimensi ekperiental / pengalaman (x4)	48
Tabel 4.9 uji validitas variabel dimensi consequential / konsekuensi (x5).....	49
Tabel 4.10 uji validitas variabel sikap terhadap produk halal (y1)	50
Tabel 4.11 uji validitas variabel niat beli (y2)	51
Tabel 4.13 uji multikolinearitas	55
Tabel 4.14 uji regresi dan pengujian hipotesis.....	57
Tabel 4.15 uji signifikansi simultan (uji f).....	61
Tabel 4.19 koefisien determinasi	62