

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	Error! Bookmark not defined.
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
HALAMAN MOTTO	v
ABSTRAKSI	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat penelitian	6
BAB II KAJIAN PUSTAKA	8
2.1 <i>Brand Trust</i>	8
2.2 Label Halal	13
2.3 Minat Beli.....	16
2.4 Keputusan Pembelian	18
2.5 Pengembangan Hipotesis.....	20
2.5.1 Pengaruh label halal terhadap minat beli.....	20
2.5.2 Pengaruh <i>brand trust</i> terhadap minat beli	20
2.5.3 Pengaruh label halal terhadap keputusan pembelian	21
2.5.4 Pengaruh <i>brand trust</i> terhadap keputusan pembelian	21
2.5.5 Minat beli berpengaruh terhadap keputusan pembelian	22
2.6 Model kerangka pikir	22
BAB III METODE PENELITIAN	24

3.1 Jenis Penelitian	24
3.2 Populasi dan Sampel.....	24
3.3 Jenis dan Sumber Data	25
3.4 Metode Pengumpulan Data	26
3.5 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	26
3.6 Uji Instrument Penelitian.....	28
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	33
4.1 Gambaran Umum Responden.....	33
4.1.1 Jenis Kelamin Responden.....	33
4.1.2 Usia Responden.....	34
4.1.3 Pekerjaan	34
4.1.4 Pendidikan Responden	35
4.1.5 Pendapatan responden	36
4.1.6 Berapa kali konsumen melakukan pembelian pada outlet bandeng presto Ibu Darmono Semarang	36
4.2 Analisis Deskriptif.....	37
4.2.1 Variabel Label Halal (X1).....	37
4.2.2 <i>Brand trust</i> (X2)	38
4.2.3 Minat beli (Y1).....	39
4.2.4 Keputusan pembelian (Y2).....	40
4.3 Kuantitatif.....	41
4.3.1 Uji Validitas	41
4.3.2 Uji reliabilitas	42
4.3.3 Uji Asumsi Klasik	43
4.3.4 Path analysis.....	46
4.3.5 Koefisien Determinasi.....	48
4.3.6 Pengujian Hipotesis	49
4.3.6 Pengaruh langsung dan tidak langsung	52

4.4 Pembahasan	53
4.4.1 Pengaruh Label Halal Terhadap Minat Beli	53
4.4.2 Pengaruh <i>Brand Trust</i> Terhadap Minat Beli	53
4.4.3 Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian	54
4.4.4 Pengaruh <i>Brand Trust</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	55
4.4.5 Pengaruh Minat Beli Terhadap Keputusan Pembelian	55
4.4.6 Minat Beli Sebagai Variabel Intervening	56
BAB V PENUTUPAN.....	58
5.1 Kesimpulan.....	58
5.2 Saran	59
DAFTAR PUSTAKA.....	61
LAMPIRAN.....	Error! Bookmark not defined.

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data penjualan outlet bandeng presto Ibu Darmono di Semarang.....	5
Tabel 3. 1 Definisi Oprasional	27
Tabel 4. 1	33
Tabel 4. 2	34
Tabel 4. 3	35
Tabel 4. 4 Pendidikan Responden.....	35
Tabel 4. 5 Pendapatan Responden	36
Tabel 4. 6 Berapa kali responden melakukan pembelian di outlet bandeng presto Ibu Darmono Semarang	36
Tabel 4. 7 Statistik Deskriptif Label Halal	37
Tabel 4. 8 Statistik Deskriptif Brand Trust	39
Tabel 4. 9 Statistik Deskriptif Minat Beli	40
Tabel 4. 10 Statistik Deskriptif Keputusan Pembelian	41
Tabel 4. 11 Uji Validitas	42
Tabel 4. 12 Uji Reliabilitas	43
Tabel 4. 13 Normalitas 1.....	44
Tabel 4. 14 Normalitas 2.....	44
Tabel 4. 15 Uji Multikolinearitas Persamaan 1.....	45
Tabel 4. 16 Uji Multikolinearitas Persamaan 1.....	45
Tabel 4. 17 Persamaan 1	46
Tabel 4. 18 Persamaan 2	46
Tabel 4. 19 Regresi pengaruh Label halal, Brand trust terhadap Minat beli.....	47
Tabel 4. 20 Regresi Pengaruh Label halal, Brand trust Terhadap Keputusan pembelian. 48	
Tabel 4. 21 Hasil Uji Koefisien Determinasi	49
Tabel 4. 22 Hasil Uji Koefisien Determinan.....	49
Tabel 4. 23 Uji t	50
Tabel 4. 24 Uji t	50
Tabel 4. 25 Uji Hipotesis	51

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Model Kerangka Fikir	23
Gambar 4. 1 Pengaruh Langsung Tidak Langsung	52