

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING.....	ii
Halaman Pengesahan	iii
ABSTRAK.....	v
<i>ABSTRACT</i>	vii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah	5
1.3. Tujuan Penelitian	6
1.4. Manfaat Penelitian	6
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	8
2.1. Landasan Teori.....	8
2.1.1. Label Halal	8
2.1.2. Daya Tarik Iklan.....	10
2.1.3. Gaya Hidup	12
2.1.4. Minat Beli.....	13
2.1.5. Keputusan Pembelian.....	15
2.2. Hubungan Antar Variabel	18

2.3. Model Empirik.....	23
BAB III METODE PENELITIAN	25
3.1. Jenis Penelitian.....	25
3.2. Populasi dan Sampel.....	25
3.3. Sumber dan Metode Pengumpulan Data	27
3.3.1. Sumber Data.....	27
3.3.2. Metode Pengumpulan Data	27
3.4. Variabel dan Indikator	28
3.5. Teknik Analisis.....	29
3.5.1. Uji Instrumen	29
3.5.2. Uji Asumsi Klasik	30
3.5.2.1. Uji Normalitas.....	30
3.5.2.2. Uji Multikolinearitas	31
3.5.2.3. Heteroskedastisitas	31
3.5.3. Regresi dengan Metode Path Analisis.....	32
3.5.3.1. Analisis Regresi Berganda.....	32
3.5.3.2. Uji t.....	33
3.5.4. Uji Kelayakan Model	34
3.5.4.1. Uji F Test	34
3.5.4.2. Uji Koefisien Determinasi	34
3.5.5. Uji Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung.....	35
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	39
4.1. Deskripsi Penelitian.....	39
4.1.1 Karakteristik Responden.....	39
4.1.2 Uji Instrumen	42
4.1.3. Analisis Deskriptif Variabel.....	43

4.2. Uji Asumsi Klasik	51
4.3. Regresi dengan Metode Path Analysis.....	55
4.3.1. Persamaan Regresi	55
4.3.2. Pengujian Hipotesis	57
4.3.3. Uji Kelayakan Model.....	61
4.3.3.1. Uji F Test.....	61
4.3.3.2. Uji Koefisien Determinasi.....	62
4.4. Pembahasan.....	67
4.4.1. Pengaruh Label Halal terhadap Minat Beli	67
4.4.2 Pengaruh Daya Tarik Iklan terhadap Minat Beli	68
4.4.3 Pengaruh Gaya Hidup terhadap Minat Beli	69
4.4.4 Pengaruh Label Halal terhadap Keputusan Pembelian	71
4.4.5 Pengaruh Daya Tarik Iklan terhadap Keputusan Pembelian	72
4.4.6 Pengaruh Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian	73
4.4.7 Pengaruh Minat Beli terhadap Keputusan pembelian	75
BAB V PENUTUP.....	77
5.1 Kesimpulan	77
5.2 Saran	78
5.3 Keterbatasan dan Agenda Penelitian Mendatang	79
DAFTAR PUSTAKA.....	80
LAMPIRAN.....	87

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1	Data Volume Penjualan Toko Roti Rahajeng Bakery Pati	4
Tabel 3. 1	Definisi Operasional dan Skala Pengukuran.....	28
Tabel 4. 1	Gambaran Karakteristik Responden	40
Tabel 4. 2	Uji Validitas Indikator Variabel Penelitian.....	42
Tabel 4. 3	Uji Reliabilitas Variabel Penelitian.....	43
Tabel 4. 4	Tanggapan Responden Variabel Label Halal.....	45
Tabel 4. 5	Tanggapan Responden Variabel Daya Tarik Iklan	46
Tabel 4. 6	Tanggapan Responden Variabel Gaya Hidup	48
Tabel 4. 7	Tanggapan Responden Variabel Minat Beli	49
Tabel 4. 8	Tanggapan Responden Variabel Keputusan Pembelian	50
Tabel 4. 9	Normalitas Data (<i>Kolmogorof Smirnof</i>).....	51
Tabel 4.10	Uji Multikolonieritas.....	53
Tabel 4.11	Uji Heteroskedastisitas.....	54
Tabel 4.12	Hasil Rangkuman Persamaan Regresi	55
Tabel 4.13	Uji F Test	61
Tabel 4.14	Hasil Rangkuman Koefisien Determinasi.....	62

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Model Empirik.....	23
Gambar 4.1 Normalitas P-Plot	52
Gambar 4.2 Grafik Scatter Plot	54
Gambar 4.3 Analisis Jalur Variabel Penelitian.....	61

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 KUESIONER PENELITIAN	86
LAMPIRAN 2 TABULASI RESPONDEN.....	92
LAMPIRAN 3 HASIL ANALISIS DATA.....	95