

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN DAN MOTTO.....	iv
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
ABSTRAK.....	xiii
ABSTRACT.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Penelitian	1
1.2. Rumusan Masalah	5
1.3. Tujuan Penelitian.....	6
1.4. Manfaat Penelitian.....	6
BAB II KAJIAN PUSTAKA	7
2.1 Landasan Teori.....	7
2.2 Hubungan antara Variabel Penelitian.....	15
2.2.1 Hubungan antara Citra Merek dengan Minat Beli Konsumen.....	15
2.3 Model Empirik	18
BAB III METODE PENELITIAN.....	21
3.1. Jenis Penelitian	21
3.2. Populasi dan Sampel	21
3.3. Sumber Data.....	23
3.4. Metode Pengumpulan Data	23
3.5. Variabel dan Indikator.....	24
3.6. Teknik Analisis Data.....	26
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	32
4.1 Identitas Responden	32

4.1.1 Berdasarkan Usia Responden	32
4.1.2 Angkatan Mahasiswa	32
4.2 Deskripsi Data	33
4.2.1 Variabel Keputusan Pembelian.....	34
4.2.2 Variabel Minat Beli Konsumen	35
4.2.3 Variabel Citra Merek	36
4.2.4 Variabel Labelisasi Halal	37
4.3 Uji Instrumen.....	39
4.3.1 Uji Validitas	39
4.3.2 Uji Reliabilitas	40
4.4 Uji Asumsi Klasik.....	41
4.4.1 Uji Normalitas Data	41
4.4.2 Uji Multikolinearitas	41
4.4.3 Uji Heterokedastisitas	42
4.5 Analisis Regresi Linier Berganda.....	43
4.5.1 Persamaan I.....	43
4.5.2 Persamaan II.....	44
4.6 Pengujian Hipotesis	45
4.7 Analisis Koefisien Determinasi.....	47
4.8 Analisis Sobel Test	48
4.9 Pembahasan	51
4.9.1 Hubungan antara Citra Merek dengan Minat Beli Konsumen.....	51
4.9.2 Hubungan antara Labelisasi Halal dengan Minat Beli Konsumen	52
4.9.3 Hubungan antara Citra Merek dengan Keputusan Pembelian	53
4.9.4 Hubungan antara Labelisasi Halal dengan Keputusan Pembelian.....	54
4.9.5 Hubungan antara Minat Beli Konsumen dengan Keputusan Pembelian.....	55
BAB V PENUTUP.....	57
5.1. Kesimpulan.....	57
5.2. Saran.....	60
5.3. Implikasi Manajerial.....	61
5.4. Keterbatasan Penelitian	63
5.5. Agenda Yang Akan Datang.....	63

DAFTAR TABEL

TABEL 3.1 JUMLAH POPULASI DAN SAMPEL DI SETIAP ANGKATAN .	22
TABEL 3.2 DEFINISI VARIABEL DAN INDIKATOR	25
TABEL 4.1 KARAKTERISTIK RESPONDEN BERDASARKAN USIA	32
TABEL 4.2 Angkatan Mahasiswa	33
TABEL 4.3 PENILAIAN RESPONDEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN	34
TABEL 4.4 PENILAIAN RESPONDEN TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN	35
TABEL 4.5 PENILAIAN RESPONDEN TERHADAP CITRA MEREK.....	36
TABEL 4.6 PENILAIAN RESPONDEN TERHADAP LABELISASI HALAL	37
TABEL 4.7 UJI VALIDITAS.....	39
TABEL 4.8 UJI RELIABILITAS INDIKATOR VARIABEL	40
TABEL 4.9 UJI MULTIKOLINEARITAS	42
TABEL 4.10 HASIL PENGOLAHAN DATA REGRESI LINIER BERGANDA	43
TABEL 4.11 HASIL PENGOLAHAN DATA REGRESI LINIER BERGANDA	44
TABEL 4.12 KOEFISIEN DETERMINASI.....	47

DAFTAR GAMBAR

GAMBAR 2.1 KERANGKA PEMIKIRAN TEORITIS.....	19
GAMBAR 3.1 ANALISIS JALUR (PATH ANALYSIS) ANTARA CITRA MEREK, LABELISASI HALAL, MINAT BELI KONSUMEN, DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN.....	29
GAMBAR 4.1 P-PLOT NORMALITAS DATA	41
GAMBAR 4.2 UJI HETEROKEDASTISITAS	43
GAMBAR 4.3 ANALISIS JALUR ANTAR VARIABEL PENELITIAN	48
GAMBAR 4.4 UJI MEDIASI CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI MINAT BELI KONSUMEN.....	49
GAMBAR 4.5 UJI MEDIASI LABELISASI HALAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI MINAT BELI KONSUMEN	50

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran kuesioner penelitian

Lampiran SPSS