

DAFTAR ISI

HALAMAN Sampul	i
HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	viii
<i>ABSTRACT</i>	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
BAB I	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
BAB II	10
2.1 Landasan Teori.....	10

2.1.1 Keputusan Pembelian.....	10
2.1.2 Minat Beli.....	12
2.1.3 <i>Halal Marketing</i>	13
2.1.4 Kualitas Produk.....	15
2.1.5 Kepercayaan	16
2.2 Hubungan Antar Variabel.....	18
2.2.1 Pengaruh <i>Halal Marketing</i> Terhadap Minat Beli	18
2.2.2 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli	19
2.2.3 Pengaruh Kepercayaan Terhadap Minat Beli	20
2.2.4 Pengaruh <i>Halal Marketing</i> Terhadap Keputusan Pembelian	20
2.2.5 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	21
2.2.6 Pengaruh Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian	22
2.2.7 Pengaruh Minat Beli Terhadap Keputusan Pembelian	23
2.3 Kerangka Pemikiran Teoritis.....	24
BAB III	25
3.1 Jenis Penelitian	25
3.2 Populasi dan Sampel.....	25
3.3 Sumber dan Metode Pengumpulan Data	28
3.3.1 Sumber Data	28
3.3.2 Metode Pengumpulan Data	28

3.4 Variabel dan Indikator	29
3.4.1 Variabel Penelitian	29
3.4.2 Definisi Operasional Variabel dan Indikator	30
3.5 Uji Instrumen	32
3.5.1 Uji Validitas	32
3.5.2 Uji Reliabilitas	32
3.6 Teknik Analisis Data	32
3.6.1 Deskriptif Variabel	32
3.6.2 Uji Asumsi Klasik	33
3.6.3 Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>)	34
3.6.4 Uji Hipotesis	35
3.6.5 Uji Mediasi (<i>Sobel Test</i>)	36
3.6.6 Koefisien Determinasi (R^2)	37
BAB IV	39
4.1 Hasil Penelitian	39
4.1.1 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	39
4.1.2 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Usia	40
4.1.3 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Fakultas	40
4.1.4 Gambaran Umum Berdasarkan Frekuensi Pembelian	41
4.2 Analisis Deskripsi Responden	42

4.2.1	Halal Marketing (X1).....	43
4.2.2	Kualitas Produk (X2).....	45
4.2.3	Kepercayaan (X3).....	46
4.2.4	Minat Beli (Y1)	47
4.2.5	Keputusan Pembelian (Y2)	49
4.3.	Uji Instrumen	50
4.3.1.	Uji Validitas	50
4.3.2.	Uji Reliabilitas	51
4.4.	Uji Asumsi Klasik	52
4.4.1	Uji Normalitas	53
4.4.2	Pengujian Multikolinearitas.....	53
4.4.3	Pengujian Heteroskedastisitas	54
4.5.	Hasil Uji Regresi Linier Berganda	55
4.5.1	Pengujian Hipotesis (Uji t)	57
4.5.2	Uji F (Simultan)	61
4.5.3.	Uji Koefisien Determinasi	62
4.6	Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung	63
4.7	Pembahasan.....	67
4.7.1	Pengaruh <i>Halal Marketing</i> terhadap Minat Beli	67
4.7.2	Pengaruh Kualitas Produk terhadap Minat Beli	68

4.7.3	Pengaruh Kepercayaan terhadap Minat Beli.....	69
4.7.4	Pengaruh <i>Halal Marketing</i> terhadap Keputusan Pembelian	70
4.7.5	Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian	71
4.7.6	Pengaruh Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian.....	72
4.7.7	Pengaruh Minat Beli terhadap Keputusan Pembelian	73
4.7.8	Pengaruh Tidak Langsung	74
BAB V	76
PENUTUP	76
5.1	Kesimpulan	76
5.2	Saran	77
5.3	Keterbatasan Penelitian.....	78
5.4	Agenda Yang Akan Datang	78
DAFTAR PUSTAKA	80
KUESIONER	86

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Pangsa Pasar Produk Halal <i>White Koffie</i> di Indonesia	4
Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel.....	30
Tabel 4. 1 Jenis kelamin Responden.....	39
Tabel 4. 2 Kategori Usia Responden	40
Tabel 4. 3 Kategori Fakultas Responden	41
Tabel 4. 4 Tingkat Frekuensi Pembelian Responden	41
Tabel 4. 5 Statistik Deskripsi Halal Marketing	44
Tabel 4. 6 Statistik Deskripsi Kualitas Produk.....	45
Tabel 4. 7 Statistik Deskripsi Kepercayaan	46
Tabel 4. 8 Statistik Deskripsi Minat Beli	48
Tabel 4. 9 Statistik Deskripsi Keputusan Pembelian.....	49
Tabel 4. 10 Uji Validitas Data.....	51
Tabel 4. 11 Hasil Pengujian Reliabilitas	52
Tabel 4. 12 Uji Normalitas	53
Tabel 4. 13 Pengujian Multikolinieritas.....	54
Tabel 4. 14 Pengujian Heterokedastisitas	55
Tabel 4. 15 Hasil Uji Regresi Linier Berganda	55
Tabel 4. 16 Hasil Uji Hipotesis	58
Tabel 4. 17 Uji F (Anova)	61
Tabel 4. 18 Uji Koefisien Derterminasi	62

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Model Empirik Penelitian	24
Gambar 3. 1 <i>Sobel Test</i>	36
Gambar 4. 1 Hasil Uji Sobel Test 1	64
Gambar 4. 2 Hasil Uji Sobel Test 2	65
Gambar 4. 3 Hasil Uji Sobel Test 3	66

