

## DAFTAR ISI

<a href="#">Halaman Sampul</a> .....	i
HALAMAN PENGESAHAN .....	ii
HALAMAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH .....	iv
ABSTRAK.....	v
<i>ABSTRACT</i> .....	vi
INTISARI .....	vii
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....	viii
KATA PENGANTAR .....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR GAMBAR .....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xviii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	7

1.3	Tujuan Penelitian.....	7
1.4	Manfaat Penelitian.....	8
BAB II.....		10
KAJIAN PUSTAKA.....		10
2.1	Landasan Teori.....	10
2.1.1	Label Halal.....	10
2.1.2	Kepercayaan Merek .....	12
2.1.3	Minat Beli .....	14
2.1.4	Keputusan Pembelian.....	15
2.1.5	Pengaruh Hubungan Antar Variabel.....	16
2.2	Model Empirik .....	20
BAB III .....		21
METODE PENELITIAN.....		21
3.1	Jenis Penelitian.....	21
3.2	Populasi dan Sampel .....	21
3.3	Sumber dan Metode Pengumpulan Data.....	23
3.3.1	Sumber .....	23
3.3.2	Metode Pengumpulan Data.....	23
3.4	Variabel dan Indikator.....	24

3.5	Teknik Analisis .....	25
3.5.1	Uji Kualitas Data.....	25
3.5.2	Uji Asumsi Klasik.....	26
3.6	Pengujian Model Penelitian .....	27
3.6.1	Uji Analisis Regresi Linear Berganda .....	28
3.6.2	Pengujian Hipotesis .....	28
3.6.3	Analisis Jalur.....	29
3.6.4	Koefisien Determinasi .....	32
BAB IV .....		33
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....		33
4.1	Hasil Penelitian .....	33
4.1.1	Deskripsi Responden .....	33
4.1.2	Responden Berdasarkan Usia .....	33
4.1.3	Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	34
4.1.4	Responden Berdasarkan Pengeluaran untuk Membeli .....	35
4.2	Analisis Deskripsi Variabel Penelitian.....	36
4.2.1	Deskripsi Variabel Label Halal.....	36
4.2.2	Deskripsi Variabel Kepercayaan Merek .....	38
4.2.3	Deskripsi Variabel Minat Beli .....	39

4.2.4	Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian .....	40
4.3	Uji Instrumen.....	42
4.3.1	Uji Validitas .....	42
4.3.2	Uji Reliabilitas .....	43
4.4	Uji Asumsi Klasik.....	44
4.4.1	Uji Multikolinearitas.....	44
4.4.2	Uji Heteroskedastisitas.....	45
4.4.3	Uji Normalitas.....	46
4.5	Hasil Uji Regresi Berganda.....	46
4.5.1	Pengujian Hipotesis (Uji t) .....	50
4.5.2	Koefisien Determinasi ( <i>Adjusted R Square</i> ) .....	52
4.5.3	Hasil Uji Analisis Jalur Path .....	53
4.6	Pembahasan.....	55
4.6.1	Pengaruh Label Halal terhadap Minat Beli.....	55
4.6.2	Pengaruh Kepercayaan Merek terhadap Minat Beli .....	56
4.6.3	Pengaruh Label Halal terhadap Keputusan Pembelian .....	57
4.6.4	Pengaruh Kepercayaan Merek terhadap Keputusan Pembelian .....	58
4.6.5	Pengaruh Minat Beli terhadap Keputusan Pembelian .....	59
4.4.6	Pengaruh Langsung Dan Tidak Langsung.....	60

BAB V .....	61
PENUTUP.....	61
5.1 Kesimpulan.....	61
5.2 Saran.....	62
5.3 Keterbatasan Penelitian .....	63
5.4 Agenda Penelitian mendatang.....	64
DAFTAR PUSTAKA .....	65

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Top Brand Index Kosmetik.....	4
Tabel 3. 2 Variabel dan Indikator .....	24
Tabel 4. 1 Responden Berdasarkan Usia .....	33
Tabel 4. 2 Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	34
Tabel 4. 3 Responden Berdasarkan Pengeluaran untuk Membeli .....	35
Tabel 4. 4 Statistik Deskriptif Label Halal .....	37
Tabel 4. 5 Statistik Deskripsi Kepercayaan Merek.....	38
Tabel 4. 6 Statistik Deskripsi Minat Beli.....	39
Tabel 4. 7 Statistik Deskripsi Keputusan Pembelian.....	41
Tabel 4. 8 Uji Validitas Data .....	42
Tabel 4. 9 Hasil Uji Reliabilitas Data .....	43
Tabel 4. 10 Pengujian Multikolinearitas Model 1 .....	44
Tabel 4. 11 Pengujian Multikolinearitas Model 2 .....	44
Tabel 4. 12 Persamaan Regresi Linier Model 1.....	47
Tabel 4. 13 Persamaan Regresi Linier Model 2.....	47
Tabel 4. 14 Uji Koefisien Derterminasi .....	52

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Model Empirik .....	20
Gambar 3. 1 Analisis Jalur.....	31
Gambar 4. 1 PENGUJIAN HETESROKEDASTISITAS .....	45
Gambar 4. 2 PENGUJIAN NORMALITAS .....	46
Gambar 4. 3 Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung .....	53

## DAFTAR LAMPIRAN

<u>Lampiran 1 Kuesioner Penelitian</u> .....	69
<u>Lampiran 2 Tabulasi Responden</u> .....	75
<u>Lampiran 3 Hasil Analisis Data</u> .....	82