

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	1
HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI .....	iv
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA SKRIPSI .....	v
<i>ABSTRACT</i> .....	ix
ABSTRAK .....	x
INTISARI.....	xi
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xv
DAFTAR TABEL.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	11
2.1 Landasan Teori .....	11
2.1.1 <i>Product Knowledge</i> .....	11
2.1.2 Pengetahuan Makanan Halal.....	12
2.1.3 Pengetahuan tentang Label Halal.....	14
2.1.4 <i>Commitment Religiosity</i> .....	14
2.1.5 Sikap .....	16
2.1.6 Niat Beli.....	19
2.1.7 Niat Membeli Produk Makanan Berlabel Halal.....	20
2.2 Pengembangan Hipotesis.....	21
2.2.1 Hubungan <i>Product Knowledge</i> Dengan Niat Beli.....	21
2.2.2 Hubungan <i>Commitment Religiosity</i> Dengan Niat Beli.....	22

2.2.3	Hubungan <i>Product Knowledge</i> Dengan Sikap .....	24
2.2.4	Hubungan <i>Commitment Religiosity</i> Dengan Sikap .....	25
2.2.5	Hubungan Sikap Dengan Niat Beli .....	26
2.3	Model Empirik.....	27
BAB III METODE PENELITIAN .....		29
3.1	Jenis Penelitian .....	29
3.2	Populasi dan Sampel.....	29
3.3	Sumber dan Metode Pengumpulan Data .....	31
3.4	Metode Pengumpulan Data .....	31
3.5	Definisi Operasional Variabel Dan Indikator .....	32
3.6	Teknik Analisis Data .....	33
3.6.1	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	33
3.6.2	Analisis Regresi Linier Berganda.....	34
3.6.3	Uji Asumsi Klasik .....	35
3.6.4	Uji Hipotesis .....	37
3.6.5	Uji F (Uji Model Regresi) .....	37
3.6.6	Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	38
3.6.7	Uji Sobel Test .....	38
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....		39
4.1	Gambaran Umum Responden.....	39
4.1.1	Jenis Kelamin Responden.....	39
4.1.2	Usia Responden .....	40
4.2	Teknik Analisis Data .....	41
4.2.2	Uji Reliabilitas .....	42
4.3	Analisis Deskriptif Variabel .....	42
4.3.1	Variabel <i>Product Knowledge</i> .....	43
4.3.2	Variabel <i>Commitment Religiosity</i> .....	45
4.3.3	Sikap .....	46
4.3.4	Variabel Niat Beli .....	47
4.4	Analisis Kuantitatif.....	49
4.4.1	Uji Asumsi Klasik .....	49

4.4.2 Analisis Regresi Linier Berganda .....	51
4.4.3 Uji Koefisien Determinan.....	54
4.4.4 Pengujian Hipotesis Parameter Individual (Uji t) .....	55
4.4.5 Uji F (Uji Model Regresi) .....	57
4.4.6 Uji Sobel Test .....	58
4.5 Pembahasan .....	59
4.5.1 Pengaruh <i>Product Knowledge</i> Terhadap Niat Beli Produk Makanan Halal .....	59
4.5.2 Pengaruh Commitment Religiosity Terhadap Niat Beli Produk Makanan Halal .....	60
4.5.3 Pengaruh Product Knowledge Terhadap Sikap .....	62
4.5.4 Pengaruh Commitment Religiosity Terhadap Sikap.....	63
4.5.5 Pengaruh Sikap Terhadap Niat Beli Produk Makanan Halal.....	65
4.5.6 Pengaruh Tidak Langsung .....	66
BAB V PENUTUP .....	66
5.1 Simpulan.....	67
5.2 Saran .....	68
5.3 Keterbatasan Penelitian .....	69
5.4 Agenda Penelitian Mendatang.....	69
DAFTAR PUSTAKA .....	71

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Model Empirik.....	28
------------	--------------------	----

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Difinisi Operasional Variabel .....	32
Tabel 4.1	Jenis Kelamin Responden .....	39
Tabel 4.2	Usia Responden.....	40
Tabel 4.3	Hasil Pengujian Validitas .....	41
Tabel 4.4	Hasil Uji Reliabilitas .....	42
Tabel 4.5	Deskripsi Jawaban Variabel Product Knowledge .....	44
Tabel 4.6	Deskripsi Jawaban Variabel Commitment Religiosity .....	45
Tabel 4.7	Deskripsi Jawaban Variabel Sikap .....	46
Tabel 4.8	Deskripsi Jawaban Variabel Niat Beli .....	48
Tabel 4.9	Uji Normalitas .....	49
Tabel 4.10	Pengujian Multikolonieritas .....	50
Tabel 4.11	Uji Heterokedastisitas .....	51
Tabel 4.12	Koefisien Persamaan Regresi Linier .....	52
Tabel 4.13	Uji Koefisien Derterminasi .....	54
Tabel 4.14	Uji Model Regresi .....	57
Tabel 4.15	Hasil Pengujian Sobel Test .....	58