

DAFTAR ISI

HALAMAN Sampul	i
HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH.....	v
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah.....	7
1.3. Tujuan Penelitian	8
1.4. Manfaat Penelitian	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10

2.1. Landasan Teori.....	10
2.1.1. Keputusan Pembelian	10
2.1.2. Minat Beli	12
2.1.3. Label Halal	14
2.1.4. Kepercayaan	16
2.1.5. <i>Price Discount</i>	18
2.2. Hubungan Antar Variabel.....	21
2.2.1. Pengaruh Label Halal Terhadap Minat Beli	21
2.2.2. Pengaruh Kepercayaan Terhadap Minat Beli	22
2.2.3. Pengaruh <i>Price Discount</i> Terhadap Minat Beli.....	22
2.2.4. Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian	23
2.2.5. Pengaruh Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian ...	24
2.2.6. Pengaruh <i>Price Discount</i> Terhadap Keputusan Pembelian	25
2.2.7. Pengaruh Minat Beli Terhadap Keputusan Pembelian.....	26
2.3. Kerangka Pemikiran Teoritis	27
BAB III METODE PENELITIAN.....	28
3.1. Jenis Penelitian	28
3.2. Populasi dan Sampel.....	28
3.3. Sumber dan Metode Pengumpulan Data	30
3.3.1. Sumber Data.....	30

3.3.2. Metode Pengumpulan Data.....	31
3.4. Variabel dan Indikator	33
3.4.1. Variabel Penelitian.....	33
3.4.2. Definisi Operasional Variabel dan Indikator	34
3.5. Teknik Analisis Data	36
3.5.1. Uji Instrumen	36
3.5.2. Uji Asumsi Klasik.....	37
3.5.3. Analisis Regresi Linear Berganda.....	39
3.5.4. Uji Hipotesis	40
3.5.5. Uji Mediasi (<i>Sobel Test</i>)	41
3.5.6. Koefisien Determinasi (R^2).....	41
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	43
4.1 Identifikasi Responden	43
4.2 Deskripsi Variabel	44
4.2.1 Label Halal (X1)	46
4.2.2. Kepercayaan (X2)	47
4.2.3. Price Discount (X3)	48
4.2.4. Minat Beli (Y1).....	49
4.2.5. Keputusan Pembelian (Y2).....	51
4.3. Uji Validitas dan Reliabilitas	52

4.3.1. Uji Validitas.....	52
4.3.2. Uji Reliabilitas.....	53
4.4. Uji Asumsi Klasik.....	54
4.4.1 Uji Normalitas.....	54
4.4.2 Uji Multikolinearitas.....	55
4.4.3 Uji Heteroskedastisitas.....	56
4.5. Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	57
4.6 Pengujian Hipotesis (Uji t Parsial).....	59
4.7. Uji Goodness Of Fit Model.....	63
4.7.1 Uji F (Simultan).....	63
4.7.2. Uji Koefisien Determinasi.....	64
4.8 Uji Sobel.....	65
4.9 Pembahasan.....	68
4.9.1 Pengaruh Label Halal Terhadap Minat Beli.....	68
4.9.2 Pengaruh Kepercayaan Terhadap Minat Beli.....	70
4.9.3 Pengaruh <i>Price Discount</i> Terhadap Minat Beli.....	71
4.9.4 Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian.....	73
4.9.5 Pengaruh Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian.....	74
4.9.6 Pengaruh <i>Price Discount</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	75
4.9.7 Pengaruh Minat Beli Terhadap Keputusan Pembelian.....	76

4.9.8 Pengaruh Tidak Langsung	78
BAB V PENUTUP.....	80
5.1 Simpulan	80
5.2 Saran	82
5.3 Keterbatasan Penelitian.....	84
5.4 Agenda Yang Akan Datang	84
DAFTAR PUSTAKA	86
LAMPIRAN.....	90

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1	Tingkat Persaingan Restoran <i>Fastfood</i> Halal di Indonesia Tahun 2014 – 2018.....	6
Tabel 3. 1	Definisi Operasional dan Indikator	34
Tabel 4. 1	Identifikasi Responden.....	43
Tabel 4. 2	Deskripsi Label Halal.....	46
Tabel 4. 3	Deskripsi Kepercayaan.....	47
Tabel 4. 4	Deskripsi Price discount.....	48
Tabel 4. 5	Deskripsi Minat Beli	50
Tabel 4. 6	Deskripsi Keputusan Pembelian.....	51
Tabel 4. 7	Hasil Uji Validitas	53
Tabel 4. 8	Hasil Uji Reliabilitas	54
Tabel 4. 9	Hasil Uji Normalitas.....	55
Tabel 4. 10	Hasil Uji Multikolinearitas.....	56
Tabel 4. 11	Hasil Uji Heteroskedastisitas	57
Tabel 4. 12	Hasil Analisis Regresi Berganda.....	57
Tabel 4. 13	Uji Hipotesis	60
Tabel 4. 14	Uji F	64
Tabel 4. 15	Uji Koefisien Determinasi	64

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Model Empirik	27
Gambar 3. 1 <i>Sobel Test</i>	41
Gambar 4. 1 Hasil Uji Sobel 1	66
Gambar 4. 2 Hasil Uji Sobel Test 2	67
Gambar 4. 3 Hasil Uji Sobel Test 3	68