

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	iv
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	v
HALAMAN MOTTO	vi
KATA PENGANTAR	vii
INTISARI	ix
ABSTRACT	x
ABSTRAKSI	xi
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	6
1.3. Tujuan Penelitian	6
1.4. Manfaat Penelitian	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA	9
2.1. Halal Product Knowledge	9
2.2. Religiusitas Intrinsik	14
2.3. Halal Awareness	16
2.4. Intention To Buy (Minat Beli)	17
2.5. Kerangka Pemikiran	19
2.5.1. Hubungan Halal Product Knowledge dengan Halal Awareness	20

2.5.2.	Hubungan Religiusitas Intrinsik dengan Halal Awareness.....	21
2.5.3.	Hubungan Halal Product Knowledge dengan Intention to buy ...	23
2.5.4.	Hubungan Religiusitas Intrinsik dengan Intention to buy	24
2.5.5.	Hubungan Halal Awareness dengan Intention to buy.....	24
2.5.6.	Peran Halal Awareness dalam hubungan Halal Product Knowledge dengan Intention to buy	25
2.5.7.	Peran Halal Awareness dalam hubungan Religiusitas Intrinsik dengan Intention to buy	26
BAB III METODE PENELITIAN.....		28
3.1.	Jenis Penelitian.....	28
3.2.	Populasi dan Sampel	28
3.2.1.	Populasi	28
3.2.2.	Sampel.....	29
3.3.	Sumber dan Jenis Data.....	30
3.4.	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	31
3.5.	Uji Instrumen dan Uji Asumsi Klasik	34
3.5.1.	Uji Instrumen	34
	1. Uji Validitas	34
	2. Uji Reliabilitas	34
3.5.2.	Uji Asumsi Klasik.....	35
	1. Uji Normalitas	35
	2. Uji Heteroskedastitas	35
	3. Uji Multikolinearitas	36
3.6	Teknik Analisis Data	37
3.6.1.	Deskripsi Variabel	37
3.6.2.	Analisis Regresi Linier Berganda	37
	a. Uji t	38
	b. Uji F	38
3.6.3.	Analisis Jalur	38

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	40
4.1. Deskripsi Responden	40
4.1.1. Deskripsi Responden	40
4.2. Deskripsi Variabel	42
4.2.1. Variabel Halal Product Knowledge	42
4.2.2. Variabel Religiusitas Intrinsik	44
4.2.3. Variabel Halal Awareness	46
4.2.4. Variabel Intention to buy	48
4.3. Uji Instrumen	50
4.3.1. Uji Validitas	50
4.3.2. Uji Reliabilitas	52
4.4. Uji Asumsi Klasik	52
4.4.1. Uji Normalitas	52
4.4.2. Uji Heterokedastisitas	53
4.4.3. Uji Multikolinearitas	54
4.5. Analisis Data	55
4.5.1. Analisis Regresi Linear Berganda	55
4.5.2. Pengujian Hipotesis (Uji T)	57
4.5.3. Uji F	59
4.5.4. Analisi Jalur (Sobel Test)	59
4.6. Pembahasan	62
BAB V PENUTUP	66
7.1. Kesimpulan	66
7.2. Saran	67
7.3. Keterbatasan Penelitian	68
DAFTAR PUSTAKA	70

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
2.1. Daftar Kandungan	12
3.1. Variabel dan Indikator.....	31
4.1. Deskripsi Responden.....	40
4.2. Variabel Halal Product Knowledge	43
4.3. Variabel Religiusitas Intrinsik.....	45
4.4. Variabel Halal Awareness.....	47
4.5. Variabel Intention to buy	49
4.6. Hasil Uji Validitas.....	51
4.7. Hasil Uji Reliabilitas	52
4.8. Hasil Uji Normalitas	53
4.9. Hasil Uji Heteroskedastisitas	54
4.10. Hasil Uji Multikolinearitas.....	54
4.11. Hasil Uji Regresi Berganda, Uji T dan Uji F.....	55

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
2.1. Kerangka Pemikiran.....	20
4.1. Uji Sobel.....	60
4.2. Uji Sabel.....	61

DAFTAR LAMPIRAN

1. Kuesioner
2. Hasil Kuesioner
3. Frekuensi Tabel Hasil Kuesioner
4. Hasil Uji Validitas
5. Hasil Uji Realibilitas
6. Hasil Uji Normalitas
7. Hasil Uji Heteroskedastisitas
8. Hasil Uji Multikolineritas
9. Hasil Uji Regresi Linear Berganda
10. Identitas Responden