

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	Error! Bookmark not defined.
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI	Error! Bookmark not defined.
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	v
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	vi
KATA PENGANTAR	vii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
ABSTRAK	xv
ABSTRACT	xvi
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	5
1.3. Tujuan Penelitian.....	6
1.4. Manfaat Penelitian.....	6
BAB II	8
TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1. Landasan Teori.....	8
2.1.1. <i>Purchase Intention</i>	8
2.1.2. <i>Brand Personality</i>	9

2.1.3. <i>Attitude</i> Pada Produk Halal	11
2.1.4. Religius Commitment	12
2.2. Penelitian Terdahulu	13
2.3. Pengembangan Hipotesis dan Kerangka Penelitian Teoritis.....	16
2.3.1. Pengembangan Hipotesis.....	16
2.3.2. Model Kerangka Penelitian Teoritis	21
BAB III	22
METODE PENELITIAN	22
3.1. Jenis Penelitian.....	22
3.2. Identifikasi Variabel	22
3.3. Definisi Operasional.....	24
3.4. Populasi dan Sampel	25
3.4.1. Populasi	25
3.4.2. Sampel.....	25
3.5. Jenis dan Sumber Data	26
3.5.1. Data Primer	26
3.5.2. Data Sekunder	26
3.6. Metode Pengumpulan Data	27
3.7. Teknik Analisis Data	28
3.7.1. Analisis Deskriptif.....	28
3.7.2. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	28
3.7.3. Uji Asumsi Klasik	29
3.7.4. Analisis Regresi Moderating.....	31
3.7.5. Uji Kelayakan/Uji Model	31

3.7.6. Uji Hipotesis.....	32
BAB IV	33
HASIL DAN PEMBAHASAN	33
4.1 Deskripsi Responden.....	33
4.1.1 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.	33
4.1.2 Deskripsi Responden berdasarkan umur	34
4.1.3 Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan	35
4.2 Hasil Analisis Data.....	36
4.2.1 Deskripsi Hasil Penelitian	36
4.2.2 Uji Validitas	41
4.2.3 Uji Reliabilitas.....	43
4.2.4 Uji Asumsi Klasik	44
4.2.5 Uji Regresi Linear Berganda.....	46
4.2.6 Pengujian Hipotesis.....	48
4.2.7 Uji statistik F dan Koefisien Determinasi Berganda (R^2)	49
4.2.8 Koefisien Determinasi Berganda (R^2).....	50
4.3 Pembahasan	51
BAB V	56
KESIMPULAN DAN SARAN	56
5.1. Kesimpulan.....	56
5.2 Saran.....	57
5.3 Keterbatasan Penelitian	57
5.4 Agenda Penelitian Mendatang	58
DAFTAR PUSTAKA	59

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Penjualan Produk Pelembab Wardah	3
Tabel 2.1 Data Top Brand Index.....	3
Tabel 2.1 Model Kerangka.....	21
Tabel 3.1 Variabel dan Indikator Penelitian	24
Tabel 4.1 Profil Jenis Kelamin Responden	33
Tabel 4.2 Profil Umur Responden	35
Tabel 4.3 Profil Pekerjaan Responden	36
Tabel 4.4 Penilaian Responden Mengenai Brand Personality	38
Tabel 4.5 Penilaian Responden Mengenai Attitude Pada Produk Halal	39
Tabel 4.6 Penilaian Responden Mengenai Religius Commitment	40
Tabel 4.7 Penilaian Responden Mengenai Purchase Intention	41
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas.....	42
Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas	43
Tabel 4.10 Uji Normalitas	44
Tabel 4.11 Uji Heteroskedastisitas	45
Tabel 4.12 Uji Multikolinieritas	46
Tabel 4.13 Uji Regresi Linear Berganda	47
Tabel 4.14 Uji statistik F dan Koefisien Determinasi Berganda (R ²)	50

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner.....	62
Lampiran 2 Hasil Uji.....	66