

DAFTAR ISI

| | |
|---|------|
| HALAMAN SAMPUL | i |
| HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING Error! Bookmark not defined. | |
| HALAMAN PENGESAHAN..... | ii |
| PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI..... | iv |
| PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH | v |
| KATA PENGANTAR | vi |
| ABSTRAK | viii |
| <i>ABSTRACT</i> | ix |
| DAFTAR ISI..... | x |
| DAFTAR TABEL..... | xiv |
| DAFTAR GAMBAR | xv |
| BAB I PENDAHULUAN..... | 1 |
| 1.1 Latar Belakang Masalah | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah | 6 |
| 1.3 Tujuan Penelitian..... | 6 |
| 1.4 Manfaat Penelitian..... | 8 |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA..... | 9 |

| | |
|--|----|
| 2.1.1 <i>Purchase Intention</i> | 9 |
| 2.1.2 <i>Brand Image</i> | 10 |
| 2.1.3 <i>Religiosity</i> | 11 |
| 2.1.4 <i>Country of Origin</i> | 13 |
| 2.2 Pengaruh Antar Variabel | 14 |
| 2.2.1 Pengaruh <i>Religiosity</i> Terhadap <i>Brand Image</i> | 14 |
| 2.2.2 Pengaruh <i>Country of Origin</i> Terhadap peningkatan <i>Brand Image</i> | 15 |
| 2.2.3 Pengaruh <i>Religiosity</i> Dalam meningkatkan <i>Purchase Intention</i> konsumen | 16 |
| 2.2.4 Pengaruh <i>Country of Origin</i> Terhadap <i>Purchase Intention</i> | 17 |
| 2.2.5 Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap <i>Purchase Intention</i> | 18 |
| 2.3 Kerangka Pemikiran Teoritis..... | 20 |
| BAB III METODE PENELITIAN | 21 |
| 3.1 Jenis Penelitian | 21 |
| 3.2 Populasi dan Sampel | 21 |
| 3.3 Sumber dan Metode Pengumpulan Data | 22 |
| 3.4 Variabel dan Indikator Penelitian..... | 24 |
| 3.5 Teknis Analisis Data | 25 |
| 3.5.1 Uji Instrumen | 25 |
| 3.5.2 Uji Asumsi Klasik..... | 26 |

| | |
|--|-----------|
| 3.5.3 Analisis Regresi Linear..... | 27 |
| 3.5.4 Uji Hipotesis | 28 |
| 3.5.5 Uji F (Uji Simultan) | 29 |
| 3.5.6 Uji Koefisien Determinasi | 29 |
| 3.5.7 <i>Sobel Test</i> | 29 |
| BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN | 32 |
| 4.1 Hasil Penelitian..... | 32 |
| 4.2 Deskripsi Variabel | 33 |
| 4.2.1 <i>Religiosity (X1)</i> | 34 |
| 4.2.2 <i>Country Of Origin (X2)</i> | 36 |
| 4.2.3 <i>Brand Image (Y1)</i> | 37 |
| 4.2.4 <i>Purchase Intention (Y2)</i> | 38 |
| 4.3. Uji Instrumen..... | 39 |
| 4.3.1. Uji Validitas | 39 |
| 4.3.2. Uji Reliabilitas | 40 |
| 4.4. Uji Asumsi Klasik | 41 |
| 4.4.1 Uji Normalitas | 41 |
| 4.4.2 Uji Multikolinearitas | 42 |
| 4.4.3 Uji Heteroskedastisitas..... | 42 |
| 4.5. Hasil Uji Regresi Linier Berganda | 43 |

| | |
|--|----|
| 4.6. Uji Goodness Of Fit Model | 45 |
| 4.6.1 Uji F (Simultan) | 45 |
| 4.6.2. Uji Koefisien Determinasi | 46 |
| 4.7 Pengujian Hipotesis | 46 |
| 4.8 Uji Sobel..... | 49 |
| 4.9 Pembahasan | 52 |
| 4.9.1 Pengaruh <i>Religiosity</i> Terhadap <i>Brand image</i> | 52 |
| 4.9.2 Pengaruh <i>Country Of Origin</i> Terhadap <i>Brand image</i> | 53 |
| 4.9.3 Pengaruh <i>Religiosity</i> Terhadap <i>Purchase Intention</i> | 55 |
| 4.9.4 Pengaruh <i>Country Of Origin</i> Terhadap <i>Purchase Intention</i> | 56 |
| 4.9.5 Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap <i>Purchase Intention</i> | 57 |
| 4.9.6 Pengaruh Tidak Langsung..... | 58 |
| BAB V PENUTUP..... | 60 |
| 5.1 Simpulan..... | 60 |
| 5.2 Saran | 61 |
| 5.3. Keterbatasan Penelitian | 62 |
| 5.4. Agenda Yang Akan Datang..... | 62 |
| DAFTAR PUSTAKA | 64 |
| KUESIONER PENELTIAN | 69 |

DAFTAR TABEL

| | |
|--|----|
| Tabel 1. 1 Restoran <i>Fastfood</i> Berlabel Halal di Indonesia Tahun 2014-2018..... | 3 |
| Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel dan Indikator | 24 |
| Tabel 4. 1 Identifikasi Responden..... | 32 |
| Tabel 4. 2 Deskripsi Religiosity | 35 |
| Tabel 4. 3 Deskripsi Country Of Origin | 36 |
| Tabel 4. 4 Deskripsi Brand Image..... | 37 |
| Tabel 4. 5 Deskripsi Purchase Intention | 38 |
| Tabel 4. 6 Uji Validitas Data | 40 |
| Tabel 4. 7 Hasil Pengujian Reliabilitas | 41 |
| Tabel 4. 8 Uji Kolmogorov Smirnov | 41 |
| Tabel 4. 9 Pengujian Multikolinearitas | 42 |
| Tabel 4. 10 Pengujian Heteroskedastisitas..... | 43 |
| Tabel 4. 11 Hasil Uji Regresi Linier Berganda..... | 43 |
| Tabel 4. 12 Uji F (Anova)..... | 45 |
| Tabel 4. 13 Uji Koefisien Determinasi | 46 |
| Tabel 4. 14 Uji Hipotesis | 47 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|--|----|
| Gambar 2. 1 Model Empirik | 20 |
| Gambar 3. 1 <i>Sobel Test</i> | 31 |
| Gambar 4. 1 Hasil Uji Sobel Test 1 | 50 |
| Gambar 4. 2 Hasil Uji Sobel Test 2 | 51 |