

## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
PERNYATAAN PERNYATAAN PUBLIKASI.....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
ABSTRAK .....	viii
ABSTRACT .....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR .....	xvi
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian .....	7

BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1 Landasan Teori -----	8
2.1.1 Proses Purchase Decision Produk Halal.....	8
2.1.2 Brand Awareness Halal.....	10
2.1.3 Religious Belief.....	11
2.1.4 Knowledge Brand Halal.....	13
2.2 Pengaruh Antar Variabel-----	14
2.3 Model Empirik-----	18
BAB III METODE PENELITIAN.....	19
3.1 Jenis Penelitian -----	19
3.2 Populasi dan Sampel -----	19
3.2.1 Populasi.....	19
3.2.2 Sampel.....	19
3.3 Sumber dan Metode Pengumpulan Data-----	20
3.3.1 Data Primer.....	20
3.3.2 Data Sekunder.....	21
3.4 Variabel dan Indikator -----	21
3.4.1 Variabel Penelitian.....	21
3.4.2 Definisi Operasional Variabel.....	23

3.5 Analisis Data-----	24
3.5.1 Uji Instrumen .....	24
3.5.2 Uji Asumsi Klasik.....	26
3.5.3 Analisis Regresi Linier Berganda .....	28
3.5.4 Uji Hipotesis (Uji t) .....	28
3.5.5 Uji Goodness of Fit (ANOVA).....	29
 BAB IV    HASIL DAN PEMBAHASAN .....	 33
4.1 Identifikasi Responden-----	33
4.2 Deskripsi Variabel -----	34
4.2.1 Religious belief (X1).....	35
4.2.2 Knowledge Brand Halal (X2) .....	37
4.2.3 Brand awareness halal (Y1).....	38
4.2.4 Purchase Decision produk halal (Y2) .....	39
4.3. Uji Instrumen-----	40
4.3.1. Uji Validitas .....	40
4.3.2. Uji Reliabilitas .....	41
4.4. Uji Asumsi Klasik-----	42
4.4.1 Uji Normalitas.....	42
4.4.2 Uji Multikolinearitas .....	43

4.4.3 Uji Heteroskedastisitas.....	43
4.5. Hasil Uji Regresi Linier Berganda -----	44
4.6. Uji Goodness Of Fit Model -----	46
4.6.1 Uji F (Simultan) .....	46
4.6.2. Uji Koefisien Determinasi .....	47
4.7 Pengujian Hipotesis-----	48
4.8 Uji Sobel -----	50
4.9 Pembahasan -----	51
4.9.1 Pengaruh Religious Belief Terhadap Brand Awareness Halal .....	51
4.9.2 Pengaruh Knowledge Brand Halal Terhadap Brand Awareness Halal .....	52
4.9.3 Pengaruh Religious Belief Terhadap Purchase Decision Produk Halal.....	54
4.9.4 Pengaruh Brand Awareness Halal Terhadap Purchase Decision Produk Halal.....	55
4.9.5 Peran Brand Awareness Halal Dalam Memediasi Religious Belief Terhadap Purchase Decision Produk Halal .....	56
BAB V PENUTUP.....	58
5.1 Simpulan -----	58

5.2 Implikasi Manajerial-----	59
5.3. Keterbatasan Penelitian -----	61
5.4. Agenda Yang Akan Datang -----	61
DAFTAR PUSTAKA-----	63
KUESIONER PENELITIAN-----	76

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Research Gap .....	4
Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel dan Indikator .....	23
Tabel 4. 1 Identifikasi Responden.....	33
Tabel 4. 2 Deskripsi Religious belief.....	36
Tabel 4. 3 Deskripsi Knowledge Brand Halal .....	37
Tabel 4. 4 Deskripsi Brand awareness halal .....	38
Tabel 4. 5 Deskripsi Purchase Decision produk halal.....	39
Tabel 4. 6 Uji Validitas Data.....	41
Tabel 4. 7 Hasil Pengujian Reliabilitas .....	42
Tabel 4. 8 Uji Kolmogorov Smirnov .....	42
Tabel 4. 9 Pengujian Multikolinearitas .....	43
Tabel 4. 10 Pengujian Heteroskedastisitas.....	44
Tabel 4. 11 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	44
Tabel 4. 12 Uji F (Anova) .....	46
Tabel 4. 13 Uji Koefisien Derterminasi .....	47
Tabel 4. 14 Hasil Uji Hipotesis .....	48

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Model Empirik Penelitian .....	18
Gambar 3. 1 <i>Sobel Test</i> .....	31
Gambar 4. 1 Hasil Uji Sobel .....	50