

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
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	5
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Landasan Teori	8

2.1.1 <i>Purchase Intention</i> (Minat Beli)	8
2.1.2 Kesadaran Halal	12
2.1.3 Keyakinan Religius	14
2.1.4 Pengetahuan Produk Halal.	16
2.2 Hubungan Antar Variabel	17
2.2.1 Pengaruh Keyakinan Religius Terhadap Kesadaran Halal	17
2.2.2 Pengetahuan Produk Halal Terhadap Kesadaran Halal	18
2.2.3 Pengaruh Keyakinan Religius Terhadap Minat Beli.....	19
2.2.4 Pengaruh Pengetahuan Produk Halal Terhadap Minat Beli.....	20
2.2.5 Pengaruh Kesadaran Halal Terhadap Minat Beli.....	21
2.3 Kerangka Pemikiran Teoritis	23
BAB III METODE PENELITIAN	24
3.1 Jenis Penelitian.....	24
3.2 Populasi dan Sampel	24
3.3 Sumber dan Metode Pengumpulan Data.....	25
3.3.1 Sumber Data.....	25
3.3.2 Metode Pengumpulan Data	25
3.5 Teknik Analisis Data.....	29
3.5.1 Uji Instrumen	29
3.5.2 Analisis Regresi Linier Berganda	30

3.5.3 Uji Asumsi Klasik	30
3.5.4 Uji <i>Goodness of Fit</i> (ANOVA)	32
3.5.5 <i>Sobel Test</i>	34
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	35
4.1 Hasil Penelitian.....	35
4.2 Deskripsi Variabel Penelitian	37
4.2.1 Keyakinan Religius (X1).....	37
4.2.2 Pengetahuan Produk Halal (X2).....	38
4.2.3 Kesadaran Halal (Y1).....	40
4.2.4 Minat Beli (Y2).....	41
4.3. Uji Instrumen	42
4.3.1. Uji Validitas dan Reliabilitas	42
4.4. Analisis Regresi Linier Berganda	44
4.4.1 Uji Goodness Of Fit Model dan Koefisien Determinasi.....	44
4.4.2 Uji Asumsi Klasik	45
4.5 Pengujian Hipotesis.....	47
4.6 Uji Sobel.....	52
4.9 Pembahasan	55
4.9.1 Pengaruh Keyakinan Religius Terhadap Kesadaran Halal	55
4.9.2 Pengaruh Pengetahuan Produk Halal Terhadap Kesadaran Halal ...	56

4.9.3	Pengaruh Keyakinan Religius Terhadap Minat Beli.....	58
4.9.4	Pengaruh Pengetahuan Produk Halal Terhadap Minat Beli.....	59
4.9.5	Pengaruh Kesadaran Halal Terhadap Minat Beli.....	60
4.9.6	Peran Kesadaran Halal Dalam Memediasi Keyakinan Religius Halal Terhadap Minat Beli	62
4.9.7	Peran Kesadaran Halal Dalam Memediasi Pengetahuan Produk Halal Terhadap Minat Beli.....	62
BAB V PENUTUP.....		64
5.1	Simpulan.....	64
5.2	Implikasi Manajerial.....	65
5.3.	Keterbatasan Penelitian.....	66
5.4.	Agenda Yang Akan Datang.....	67
DAFTAR PUSTAKA		68
KUESIONER PENELITIAN.....		73

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Daya Saing Mie Instan Dalam Kemasan Bag di Indonesia	2
Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel dan Variabel	27
Tabel 4. 1 Identifikasi Responden.....	35
Tabel 4. 2 Deskripsi Variabel Keyakinan Religius	38
Tabel 4. 3 Deskripsi Variabel Pengetahuan Produk Halal	39
Tabel 4. 4 Deskripsi Variabel Kesadaran Halal	40
Tabel 4. 5 Deskripsi Variabel Minat Beli	41
Tabel 4. 6 Uji Validitas Dan Reliabilitas	43
Tabel 4. 7 Uji Goodness Of Fit Model dan Koefisien Determinasi.....	44
Tabel 4. 8 Uji Kolmogorov Smirnov	45
Tabel 4. 9 Pengujian Multikolinearitas	46
Tabel 4. 10 Pengujian Heteroskedastisitas	47
Tabel 4. 11 Hasil Uji Hipotesis	48

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1	Model Kerangka Teoritis	23
Gambar 4. 1	Hasil Uji Sobel Test 1	53
Gambar 4. 2	Hasil Uji Sobel Test 2	54