

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	Error! Bookmark not defined.
HALAMAN PENGESAHAN SIDANG.....	Error! Bookmark not defined.
HALAMAN PERNYATAAN	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN DAN MOTTO.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xv
ABSTRAK	xvi
ABSTRACT.....	xvii
INTISARI.....	xviii
BAB IPENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA	11
2.1. Landasan Teori	11
2.1.1. Keputusan pembelian.....	11
2.1.2. Label Halal.....	14
2.1.3. Citra Merek	17
2.1.4. Minat Beli	20
2.2. Hubungan Antar Variabel	22
2.2.1. Hubungan Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian.....	22
2.2.2. Hubungan Label Halal Terhadap Minat Beli.....	23
2.2.3. Hubungan Citra Merek Terhadap Minat Beli	24
2.2.4. Hubungan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian	24
2.2.5. Hubungan Minat Beli Terhadap Keputusan Pembelian	25

2.3. Kerangka Pemikiran Teoritis	25
BAB III METODE PENELITIAN.....	27
3.1. Jenis Penelitian	27
3.2. Populasi dan Sampel	27
3.3. Sumber Dan Metode Pengumpulan Data	29
a. Data Primer	29
b. Data Sekunder.....	29
3.4. Metode Pengumpulan Data	29
a. Kuesioner	29
b. Studi Pustaka.....	30
3.5. Definisi Operasional Variabel Dan Indikator.....	30
3.6. Teknik Analisis Data	32
3.6.1. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	32
3.6.2. Analisis Regresi Linier Berganda	33
3.6.3. Uji Asumsi Klasik.....	33
a. Uji Normalitas.....	33
b. Uji Multikolinieritas.....	34
c. Uji Heterokedastisitas	34
3.6.4. Uji Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung.....	35
3.6.5. Uji t (Parsial).....	37
3.6.6. Koefisien Determinasi (R^2).....	38
3.6.7. Uji Sobel Test	38
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	40
4.1 Gambaran Umum Responden.....	40
4.1.1 Jenis Kelamin Responden.....	40
4.1.2 Usia Responden	41
4.1.3 Berdasarkan Profesi	42
4.1.4 Berdasarkan Frekuensi Kunjungan	42
4.2 Teknik Analisis Data	43
4.2.1 Uji Validitas	43
4.2.2 Uji Reliabilitas	44

4.3	Analisis Deskriptif Variabel	45
4.3.1	Variabel Label Halal	46
4.3.2	Variabel Citra Merek	47
4.3.3	Variabel Minat Beli	48
4.3.4	Variabel Keputusan Pembelian.....	50
4.4	Analisis Kuantitatif.....	51
4.4.1	Uji Asumsi Klasik.....	51
4.4.2	Analisis Regresi Linier Berganda	54
4.4.3	Pengujian Hipotesis Parameter Individual (Uji t).....	59
4.4.4	Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung.....	62
4.4.5	Uji Sobel Test	64
4.5	Pembahasan	66
4.5.1	Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian	66
4.5.2	Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian.....	67
4.5.3	Label Halal Terhadap Minat Beli	69
4.5.4	Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli.....	70
4.5.5	Pengaruh Minat Beli Terhadap Keputusan Pembelian	71
BAB V PENUTUP.....		74
5.1	Kesimpulan.....	74
5.2	Saran	75
5.3	Keterbatasan Penelitian	76
5.4	Agenda Penelitian Mendatang.....	76
DAFTAR PUSTAKA.....		78
LAMPIRAN.....		
Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....		
Lampiran 2 Tabulasi Data.....		
Lampiran 3 <i>Output</i> SPSS.....		

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Daftar Restoran Cepat saji Yang Paling di minati di Indonesia.....	4
Tabel 1.2 Research Gap hasil Penelitian Terdahulu.....	6
Tabel 3.1 Dfinisi Operasional Variabel.....	30
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden.....	40
Tabel 4.2 Usia Responden.....	41
Tabel 4.3 Profesi Responden.....	42
Tabel 4.4 Frekuensi Kunjungan Responden.....	43
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas.....	44
Tabel 4.6 Hasil Uji Reabilitas.....	45
Tabel 4.7 Deskripsi Jawaban Variabel Label Halal.....	46
Tabel 4.8 Deskripsi Jawaban Citra Merek.....	47
Tabel 4.9 Deskripsi Jawaban Minat Beli.....	49
Tabel 4.10 Deskripsi Jawaban Keputusan Pembelian.....	50
Tabel 4.11 Pengujian Multikolonieritas.....	53
Tabel 4.12 Koefisien Persamaan Regresi Linier	55
Tabel 4.13 Hasil Uji Koefisien Determinasi Model 1.....	56
Tabel 4.14 Koefisien Persamaan Regresi Linier.....	57

Tabel 4.15 Hasil Uji Koefisien Determinasi Model 2.....	59
Tabel 4.16 Hasil Pengujian Sobel Test.....	65

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Teoritis.....	26
Gambar 3.1 Uji Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung.....	36
Gambar 4.1 Pengujian Normalitas.....	52
Gambar 4.2 Pengujian Heteroskedastisitas.....	54
Gambar 4.3 Hasil Analisis pengaruh Langsung dan Tidak Langsung.....	63