

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	I
LEMBAR PENGESAHAN .....	II
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	III
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iv
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN.....	v
ABSTRAK.....	vi
KATA PENGANTAR .....	x
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL.....	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Batasan Masalah.....	7
1.3 Rumusan Masalah .....	7
1.4 Tujuan Penelitian.....	7
1.5 Manfaat Penelitian.....	8
1.6 Hipotesis.....	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	11
2.1 Konsep Halal .....	11
2.2 Kesadaran Halal .....	14
2.3 Keterlibatan Produk.....	18
2.4 <i>Islamic Branding</i> .....	21
2.5 Minat Beli.....	28

2.6 Kerangka Berpikir .....	33
2.7 Penelitian Terdahulu.....	40
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....</b>	<b>49</b>
3.1 Rancangan Penelitian .....	49
3.2 Variabel dan Indikator Penelitian.....	49
3.2.1 Variabel dependen .....	49
3.2.2 Variabel Independen.....	50
3.2.3 Indikator Penelitian.....	50
3.3 Lokasi Penelitian .....	51
3.4 Populasi dan Sampel .....	51
3.5 Data dan Sumber Data.....	53
3.5.1 Data Primer.....	53
3.5.2 Data Sekunder .....	53
3.6 Teknik Pengumpulan Data .....	53
3.7 Teknik Analisis Data .....	54
3.7.1 Uji Kualitas Data .....	55
3.7.2 Uji Asumsi Klasik.....	60
3.7.3 Analisis Regresi Linier Berganda.....	62
3.7.4 Uji Hipotesis .....	63
3.8 Intrumen Pengumpulan Data.....	65
3.9 Tahapan Penelitian .....	66
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN .....</b>	<b>69</b>
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....	69
A. Profil Singkat Departemen Ekonomi Syariah UISI.....	69
B. Visi dan Misi Departemen Ekonomi Syariah UISI .....	70
C. Tujuan Departemen Ekonomi Syariah UISI.....	70

4.2 Deskripsi Karakteristik Responden .....	71
4.3 Deskripsi Variabel .....	75
4.3.1 Deskripsi Frekuensi Variabel Kesadaran Halal (Kh) .....	75
4.3.2 Deskripsi Frekuensi Variabel Keterlibatan produk (kp).....	79
4.3.3 Deskripsi Frekuensi Variabel <i>Islamic Branding</i> (Ib).....	82
4.3.4 Deskripsi Frekuensi Variabel Minat Beli (Mb) .....	86
4.6 Uji Asumsi Klasik .....	91
4.4.1 Uji Normalitas.....	91
4.4.2 Uji Multikolonieritas.....	91
4.4.3 Uji Heteroskedastisitas .....	92
4.4.4 Uji Autokorelasi.....	93
4.5 Analisis Regresi Linier Berganda.....	93
4.6 Uji Hipotesis.....	94
4.6.1 Uji T.....	94
4.6.2 Uji F.....	96
4.6.3 Uji $R^2$ .....	98
4.7 Hasil Wawancara.....	98
<b>BAB V PEMBAHASAN .....</b>	<b>103</b>
1. Pengaruh Kesadaran Halal Terhadap Minat Beli Mahasiswa Ekonomi Syariah UISI.....	105
2. Pengaruh Keterlibatan Produk Terhadap Minat Beli Mahasiswa Ekonomi Syariah UISI.....	107
3. Pengaruh <i>Islamic Branding</i> Terhadap Minat Beli Mahasiswa Ekonomi Syariah UISI.....	109
4. Pengaruh Kesadaran Halal, Keterlibatan Produk dan <i>Islamic Branding</i> Secara Simultan Terhadap Minat Beli Mahasiswa Ekonomi Syariah UISI....	110

5. Proses Timbulnya Minat Beli .....	113
<b>BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>113</b>
5.1 Kesimpulan.....	113
5.2 Keterbatasan Penelitian .....	113
5.3 Saran.....	114
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>115</b>
Lampiran 1 Kuisisioner Penelitian .....	119
Lampiran 2 Data Responden.....	125
Lampiran 3 Hasil Analisis Karakteristik Responden .....	138
Lampiran 4 Sumber Pengetahuan Produk Halal Responden .....	139
Lampiran 5 Analisis Variabel .....	141
Lampiran 6 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas .....	156
Lampiran 7 Uji Asumsi Klasik .....	166
Lampiran 8 Uji Analisis Linier Berganda dan Hipotesis .....	168
Lampiran 9 Daftar pertanyaan wawancara responden .....	170
Lampiran 10 Dokumentasi penyebaran kuisisioner.....	177
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....</b>	<b>180</b>