

## DAFTAR ISI

<b>COVER</b> .....	<b>i</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI</b> .....	<b>v</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS</b> .....	<b>vii</b>
<b>LEMBAR HASIL DETEKSI PLAGIASI</b> .....	<b>viii</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>ix</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>x</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xvii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xviii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
1.4.1 Manfaat Teoritis .....	7
1.4.2 Manfaat Praktis .....	7
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>9</b>
2.1 Landasan Teori .....	9
2.1.1 <i>Country Of Origin</i> (X <sub>1</sub> ).....	9
2.1.2 Label Halal (X <sub>2</sub> ).....	10
2.1.3 Kesadaran Halal (X <sub>3</sub> ).....	11
2.1.4 Religiusitas (X <sub>4</sub> ) .....	13
2.1.5 Minat Beli (X <sub>5</sub> ).....	14
2.2 Penelitian Terdahulu.....	16
2.3 Model Penelitian.....	19
2.4 Kerangka Pemikiran .....	20

2.5 Pengembangan Hipotesis .....	22
2.5.1 Pengaruh <i>Country Of Origin</i> Terhadap Minat Beli Mie Instan Samyang	22
2.5.2 Pengaruh Label Halal Terhadap Minat Beli Mie Instan Samyang .....	22
2.5.3 Pengaruh Kesadaran Halal Terhadap Minat Beli Mie Instan Samyang	.23
2.5.4 Pengaruh Religiusitas Terhadap Minat Beli Mie Instan Samyang .....	24
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....</b>	<b>25</b>
3.1 Jenis dan Sumber Data .....	25
3.3 Waktu dan Tempat Penelitian.....	25
3.3 Populasi, Sampel dan Pengambilan Sampel .....	25
3.3.1 Populasi.....	25
3.3.2 Sampel Penelitian.....	26
3.3.3 Teknik Pengambilan Sampel .....	26
3.4 Data Penelitian.....	26
3.4.1 Jenis dan Sumber Data.....	26
3.4.2 Teknik Pengumpulan Data.....	26
3.4.3 Definisi Operasional Variabel.....	27
3.5 Teknik Analisis Data .....	29
3.5.1 Analisis Deskriptif .....	29
3.5.2 Pengujian Instrumen Penelitian .....	30
3.5.2.1 Uji Validitas.....	30
3.5.2.2 Uji Reliabilitas.....	30
3.5.3 Uji Asumsi Klasik.....	31
3.5.3.1 Uji Normalitas .....	31
3.5.3.2 Uji Multikolinearitas.....	31
3.5.3.3 Uji Heteroskedastisitas .....	31
3.5.4 Uji Hipotesis .....	32
3.5.4.1 Analisis Regresi Linear Berganda .....	32
3.5.4.2 Uji T (Parsial) .....	32
3.5.4.3 Uji F (Simultan).....	33
3.5.4.4 Analisis Koefisien Determinasi $R^2$ .....	33
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>34</b>

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	34
4.2 Karakteristik Responden .....	36
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	36
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	37
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	37
4.3 Analisis Deskriptif.....	38
4.3.1 Analisis Deskriptif Variabel <i>Country Of Origin</i> ( $X_1$ ).....	39
4.3.2 Analisis Deskriptif Variabel Label Halal ( $X_2$ ).....	40
4.3.3 Analisis Deskriptif Kesadaran Halal ( $X_3$ ) .....	41
4.3.4 Analisis Deskriptif Variabel Religiusitas ( $X_4$ ) .....	42
4.3.5 Analisis Deskriptif Variabel Minat Beli (Y) .....	43
4.4 Hasil Pengujian Instrumen Penelitian .....	45
4.4.1 Hasil Uji Validitas .....	45
4.4.2 Hasil Uji Reliabilitas .....	46
4.5 Uji Asumsi Klasik .....	47
4.5.1 Hasil Uji Normalitas.....	47
4.5.2 Hasil Uji Multikolinearitas .....	49
4.5.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	49
4.6 Uji Hipotesis.....	50
4.6.1 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda .....	50
4.6.2 Hasil Uji F (Simultan) .....	52
4.6.3 Hasil Uji T (Parsial).....	53
4.6.4 Hasil Uji Koefisien Determinasi $R^2$ .....	55
4.7 Pembahasan .....	56
4.7.1 Pengaruh <i>Country Of Origin</i> ( $X_1$ ) Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Mie Instan Samyang (Y).....	56
4.7.2 Pengaruh Label Halal ( $X_2$ ) Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Mie Instan Samyang (Y) .....	56
4.7.3 Pengaruh Kesadaran Halal ( $X_3$ ) Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Mie Instan Samyang (Y) .....	57
4.7.4 Pengaruh Religiusitas ( $X_4$ ) Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Mie Instan Samyang (Y).....	58

4.7.5 Pengaruh <i>Country Of Origin</i> , Label Halal, Kesadaran Halal dan Religiusitas ( $X_5$ ) Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Mie Instan Samyang (Y) .....	59
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>62</b>
5.1 Kesimpulan .....	62
5.2 Saran .....	63
<b>DAFTAR PUSAKA .....</b>	<b>65</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>69</b>
Lampiran 1. Kuisisioner Penelitian .....	69
Lampiran 2. <i>Screening Question</i> .....	75
Lampiran 3. Hasil Uji SPSS.....	85
Lampiran 4. Tabulasi Data Kuisisioner.....	91
Lampiran 5. Dokumentasi .....	100
<b>BIODATA PENULIS .....</b>	<b>101</b>
<b>POSTER PENELITIAN .....</b>	<b>102</b>

