

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iv
LEMBAR DETEKSI PLAGIASI SKRIPSI	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
1.5 Batasan Penelitian	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
2.1 Landasan teori	7
2.1.1 Minat Beli	7
2.1.2 Label Halal	8
2.1.3 <i>Word Of Mouth</i>	9
2.2 Penelitian Terdahulu.....	9
2.3 Model Penelitian.....	13
2.4 Kerangka Pemikiran	13
2.5 Pengembangan Hipotesis	15
2.5.1 Pengaruh Label Halal Terhadap Minat Beli.....	15
2.5.2 Pengaruh <i>Word Of Mouth</i> Terhadap Minat Beli	16
2.5.3 Label Halal dan <i>Word Of Mouth</i> terhadap Minat Beli.....	16
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	17
3.1 Metode Penelitian.....	17
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	17
3.3 Populasi, Sampel	18
3.3.1 Populasi.....	18

3.3.2	Sampel Penelitian.....	18
3.3.3	Teknik Pengambilan Sampel.....	18
3.4	Alur Penelitian.....	19
3.5	Data Penelitian	20
3.5.1	Jenis dan Sumber Data	20
3.5.2	Teknik Pengumpulan Data.....	20
3.5.3	Teknik Pengukuran Data.....	20
3.6	Variabel Penelitian	21
3.7	Defenisi Oprasional Variabel	21
3.8	Uji Coba Instrumen	25
3.8.1	Uji Validitas	25
3.8.2	Uji Reliabilitas	26
3.9	Teknik Analisis Data	26
3.9.1	Analisis Data Deskriptif.....	26
3.10	Pengujian Asumsi Klasik.....	27
3.10.1	Uji Normalitas.....	27
3.10.2	Uji Multikolinearitas	27
3.10.3	Uji Heteroskedastisitas.....	28
3.11	Uji Hipotesis	28
3.11.1	Analisis Regresi Linear Berganda.....	28
3.11.2	Uji T (Pengujian Hipotesis Secara Parsial).....	29
3.11.3	Uji F (Pengujian Hipotesis Secara Simultan)	29
3.11.4	Uji Koefisien Determinasi (R ²)	29
BAB IV	30
HASIL DAN PEMBAHASAN	30
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	30
4.2	Karakteristik Responden	31
4.2.1	Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin	32
4.2.2	Karakteristik Responden berdasarkan Usia	33
4.2.3	Karakteristik Responden berdasarkan Status	33
4.3	Deskripsi Penelitian.....	34
4.3.1	Analisis Deskriptif Variabel Label Halal (X1)	35
4.3.2	Analisis Deskriptif Variabel <i>Word Of Mouth</i> (X2).....	36
4.3.3	Analisis Deskriptif Variabel Minat Beli (Y).....	37

4.4	Hasil Pengujian Instrumen Penelitian	38
4.4.1	Uji Validitas	38
4.4.2	Hasil Uji Reliabilitas	39
4.5	Uji Asumsi Klasik	40
4.5.1	Uji Normalitas	40
4.5.2	Hasil Uji Multikolinieritas	43
4.5.3	Hasil Uji Heteroskedastisitas	44
4.6	Hasil Uji Hipotesis	45
4.6.1	Hasil Regresi Linier Berganda	45
4.6.2	Hasil Uji Signifikan	46
4.7	Pembahasan	49
4.7.1	Pengaruh Label Halal terhadap Minat Beli Konsumen.....	49
4.7.2	Pengaruh <i>Word Of Mouth</i> terhadap Minat Beli Konsumen	51
4.7.3	Pengaruh Label Halal & <i>Word Of Mouth</i> terhadap Minat Beli	52
BAB V	55
PENUTUP	55
5.1	Kesimpulan.....	55
5.2	Saran	56
DAFTAR PUSTAKA	58