

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
ABSTRAK	v
MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
HALAMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	6
E. Sistematika Penulisan	7
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Deskripsi Teori	8
1. <i>Theory of Planed Behavior</i>	8
2. Minat Beli	10
3. <i>Islamic Branding</i>	13
4. Harga	17
5. Kualitas Produk	27
B. Penelitian Terdahulu	23
C. Kerangka Berfikir	26
D. Hipotesis Penelitian	26
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Jenis dan Pendekatan	29
B. Sumber Data	29
C. Populasi dan Sampel	30
D. Identifikasi Variabel	31
E. Definisi Operasional Variabel	31
F. Teknik Pengumpulan Data	33
G. Teknik Analisis Data	34
1. Teknik Analisis Data	34
a. Uji Validitas	34
b. Uji Reliabilitas	35
2. Uji Asumsi Klasik	35

a.	Uji Normalitas	35
b.	Uji Multikolinieritas	36
c.	Uji Heteroskedastisitas	36
3.	Uji Hipotesis	36
a.	Analisis Regresi Linier Berganda	36
b.	Koefisien Determinasi (R^2).....	37
c.	Uji F (simultan).....	37
d.	Uji Parsial (uji t).....	38
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		
A.	Gambaran Objek Penelitian	39
1.	Profil dan Sejarah PT Buya Barokah Kudus	39
2.	Visi dan Misi PT Buya Barokah Kudus	40
B.	Gambaran Umum Responden	40
1.	Deskripsi Karakteristik Responden	40
2.	Deskripsi Angket	42
C.	Analisis Deskriptif	52
D.	Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	53
1.	Uji Validitas	53
2.	Uji Reliabilitas	55
E.	Uji Asumsi Klasik	56
1.	Uji Normalitas	56
2.	Uji Multikolinieritas	57
3.	Uji Heteroskedastisitas	58
F.	Uji Hipotesis	58
1.	Analisis Regresi Linier Berganda	58
2.	Koefisien Determinasi (R^2)	60
3.	Uji F (simultan).....	60
4.	Uji Parsial (uji t).....	61
G.	Pembahasan Hasil Penelitian	63
BAB V Penutup		
A.	Kesimpulan	68
B.	Keterbatasan Penelitian	69
C.	Saran	69
D.	Penutup	70
DAFTAR PUSTAKA		
LAMPIRAN-LAMPIRAN		
DAFTAR RIWAYAT HIDUP		

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	23
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel	32
Tabel 4.1 Karakteristik berdasarkan Jenis Kelamin Responden	40
Tabel 4.2 Karakteristik berdasarkan Usia Responden	41
Tabel 4.3 Karakteristik berdasarkan Frekuensi Pembelian Responden	41
Tabel 4.4 Variabel <i>Islamic Branding</i>	42
Tabel 4.5 Variabel Harga	44
Tabel 4.6 Variabel Kualitas Produk	46
Tabel 4.7 Variabel Minat Pembelian	50
Tabel 4.8 Hasil Analisis Deskriptif Statistic	52
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Non Responden	54
Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas Non Responden	56
Tabel 4.11 Hasil Uji Normalitas	57
Tabel 4.12 Hasil Uji Multikolinieritas	57
Tabel 4.13 Analisis Regresi Linier Berganda	59
Tabel 4.14 Hasil Uji Koefisien Determinasi	60
Tabel 4.15 Hasil Uji F (simultan)	61
Tabel 4.16 Hasil Uji t Parsial	61

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berfikir 26
Gambar 4.1 Hasil Uji Heteroskedastisitas 58

