

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI	ii
PENGESAHAN MUNAQOSYAH	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
ABSTRAK	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN	vii
PEDOMAN 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	6
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat Penelitian.....	7
E. Sistematika Penelitian	7
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Deskripsi Teori.....	9
1. <i>Theory of Planned Behavior</i>	9
2. <i>Religious Belief</i>	10
3. Sertifikasi Halal	16
4. <i>Halal Awareness</i>	18
5. <i>Attitude Toward Product</i>	25
B. Penelitian Terdahulu.....	28
C. Kerangka Berfikir.....	31
D. Hipotesis Penelitian.....	31
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian	38
B. <i>Setting</i> Penelitian.....	38
C. Populasi dan Sampel	38
D. Definisi Operasional Variabel	40
E. Teknik Pengumpulan Data	42
F. Teknik Analisis Data.....	43
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Gambaran Umum Obyek Penelitian	49
1. Penjelasan Singkat Produk Sirup Parijoto Alammu	49
2. Visi dan Misi Sirup Parijoto Alammu.....	50

B.	Gambaran Umum Responden.....	50
C.	Deskripsi Data Penelitian	54
D.	Hasil Uji Instrumen	61
	1. Uji Validitas Instrumen.....	61
	2. Uji Reliabilitas Instrumen	62
E.	Hasil Uji Asumsi Klasik.....	62
	1. Uji Multikolinearitas.....	62
	2. Uji Autokorelasi.....	63
	3. Uji Heteroskedastisitas	64
	4. Uji Normalitas	65
F.	Hasil Uji Hipotesis	65
	1. Analisis Regresi Linear Berganda.....	65
	2. Koefisien Determinasi	68
	3. Uji F.....	69
	4. Uji t.....	70
G.	Pembahasan.....	73
	1. Pengaruh <i>Religious Belief</i> pada <i>Halal Awareness</i> dalam Konsumsi Produk Halal	73
	2. Pengaruh <i>Sertifikasi Halal</i> pada <i>Halal Awareness</i> dalam Konsumsi Produk Halal	75
	3. Pengaruh <i>Religious Belief</i> pada <i>Attitude Toward Product</i> dalam Konsumsi Produk Halal	76
	4. Pengaruh <i>Sertifikasi Halal</i> pada <i>Attitude Toward Product</i> dalam Konsumsi Produk Halal	78
	5. Pengaruh <i>Halal Awareness</i> pada <i>Attitude Toward Product</i> dalam Konsumsi Produk Halal	80
BAB V	PENUTUP	
	A. Simpulan	82
	B. Keterbatasan Penelitian	82
	C. Saran	83
	D. Penutup.....	83
DAFTAR PUSTAKA		
LAMPIRAN-LAMPIRAN		
DAFTAR RIWAYAT HIDUP		

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Produk Tersertifikasi Halal LPPOM MUI Tahun 2015-2021	1
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	28
Tabel 3.1	Skala Instrumen	43
Tabel 4.1	Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	52
Tabel 4.2	Deskripsi Responden Berdasarkan Umur.....	52
Tabel 4.3	Deskripsi Responden Berdasarkan Alamat	52
Tabel 4.4	Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan.....	52
Tabel 4.5	Deskripsi Responden Berdasarkan Sumber Pertama Kali Mengetahui Produk	53
Tabel 4.6	Deskripsi Responden Berdasarkan Lama Konsumsi Produk.....	53
Tabel 4.7	Deskripsi Tanggapan Responden Terhadap Religious Belief	54
Tabel 4.8	Deskripsi Tanggapan Responden Terhadap Sertifikasi Halal.....	56
Tabel 4.9	Deskripsi Tanggapan Responden Terhadap Halal Awareness.....	58
Tabel 4.10	Deskripsi Tanggapan Responden Terhadap Attitude Toward Product.....	61
Tabel 4.11	Hasil Uji Validitas Instrumen.....	62
Tabel 4.12	Hasil Uji Reliabilitas Instrumen	66
Tabel 4.13	Hasil Uji Multikolinearitas.....	63
Tabel 4.14	Hasil Uji Autokorelasi	63
Tabel 4.15	Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	66
Tabel 4.16	Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	67
Tabel 4.17	Hasil Koefisien Determinasi	68
Tabel 4.18	Hasil Koefisien Determinasi	68
Tabel 4.19	Hasil Uji F.....	69
Tabel 4.20	Hasil Uji F.....	70
Tabel 4.21	Hasil Uji t.....	70
Tabel 4.22	Ringkasan Hasil Uji t Pertama	71
Tabel 4.23	Hasil Uji t.....	72
Tabel 4.24	Ringkasan Hasil Uji t Kedua	73

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Logo Halal Resmi MUI	18
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran	31
Gambar 4.1 Hasil Uji Heteroskedastisitas	64
Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas (Normal Probability Plot).....	65

