

## DAFTAR ISI

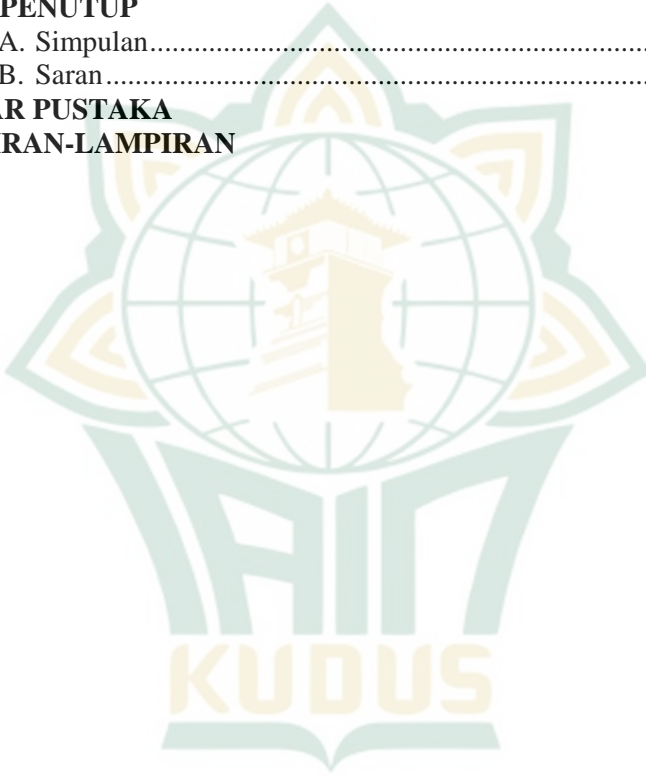
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI</b> .....	<b>ii</b>
<b>PENGESAHAN MUNAQOSYAH</b> .....	<b>iii</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI</b> .....	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>v</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>vi</b>
<b>MOTTO</b> .....	<b>vii</b>
<b>PERSEMBAHAN</b> .....	<b>viii</b>
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN</b> .....	<b>x</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xvii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah .....	10
C. Tujuan Penelitian.....	10
D. Manfaat Penelitian.....	10
E. Sistematika Penulisan.....	11
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b>	
A. Deskripsi Teori .....	13
1. Theory Of Reasoned Action (TRA) dan Theory of Planned Behavior (TPB) .....	13
2. Halal Awareness.....	15
3. Brand Image .....	20
4. Product Quality.....	27
5. Keputusan Pembelian.....	33
B. Penelitian Terdahulu.....	42
C. Kerangka Berfikir .....	47
D. Hipotesis.....	49
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
A. Jenis dan Pendekatan .....	52
B. Populasi dan Sampel.....	53
C. Identifikasi Variabel .....	54
D. Variabel Operasional .....	54
E. Teknik Pengumpulan Data .....	56
F. Teknik Analisis Data .....	59

**BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

A. Hasil Penelitian.....	65
1. Gambaran Obyek Penelitian.....	65
2. Deskripsi Data Hasil Penelitian.....	68
3. Analisis Data .....	80
B. Pembahasan .....	90

**BAB V PENUTUP**

A. Simpulan.....	97
B. Saran.....	97

**DAFTAR PUSTAKA****LAMPIRAN-LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Penjualan Sirup Parijoto “Alammu” .....	7
Tabel 2.1 Hasil Penelitian Terdahulu .....	42
Tabel 3.1 Variabel Operasional .....	55
Tabel 3.2 Skor Penilaian.....	57
Tabel 4.1 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	68
Tabel 4.2 Data Responden Berdasarkan Usia.....	68
Tabel 4.3 Data Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan .....	69
Tabel 4.4 Data Responden Berdasarkan Lama Mengkonsumsi .....	70
Tabel 4.5 Hasil Analisis Jawaban Responden Variabel Halal Awareness.....	70
Tabel 4.6 Hasil Analisis Jawaban Responden Variabel Brand Image .....	72
Tabel 4.7 Hasil Analisis Jawaban Responden Variabel Product Quality .....	76
Tabel 4.8 Hasil Analisis Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian .....	77
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Instrumen Kepada Responden .....	80
Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Kepada Responden .....	81
Tabel 4.11 Hasil Uji One Sample Kolmogorov-Smirnov .....	83
Tabel 4.12 Hasil Uji Multikolinieritas.....	84
Tabel 4.13 Hasil Uji Autokorelasi.....	85
Tabel 4.14 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	86
Tabel 4.15 Tabel Uji Koefisien Determinasi.....	88
Tabel 4.16 Tabel Uji F.....	89
Tabel 4.17 Hasil Uji t .....	89

**DAFTAR GAMBAR**

Gambar 1.1 Populasi Muslim Terbanyak Tahun 2022.....	3
Gambar 2.1 Model Theory Of Reasoned Action (TRA).....	13
Gambar 2.2 Model Theory Of Planned Behavior (TPB).....	14
Gambar 2.3 Tahapan Keputusan Pembelian.....	37
Gambar 2.4 Kerangka Berfikir.....	48
Gambar 4.1 Logo “Alammu”.....	65
Gambar 4.2 Struktur Organisasi CV. Seleksi Alam Muria.....	67
Gambar 4. 3 Hasil Uji Normalitas dengan Histogram.....	82
Gambar 4. 4 Hasil Uji Normalitas P-Plot.....	83
Gambar 4.5 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	85

