

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI</b> .....	ii
<b>PENGESAHAN MAJLIS PENGUJI UJIAN</b>	
<b>MUNAQOSYAH</b> .....	iii
<b>PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI</b> .....	iv
<b>ABSTRAK</b> .....	v
<b>MOTTO</b> .....	vi
<b>PERSEMBAHAN</b> .....	vii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	viii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	x
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xiii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xiv
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah .....	8
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	9
1. Tujuan Penelitian .....	9
2. Manfaat Penelitian .....	9
D. Sistematika Penulisan .....	9
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b>	
A. Deskripsi Teori .....	12
1. Label Halal .....	12
a. Pengertian Label .....	12
b. Fungsi dan Tujuan Label .....	12
c. Jenis-Jenis Label .....	13
d. Pengertian Halal .....	14
e. Kriteria Makanan Halal .....	16
f. Pengertian Label Halal .....	17
g. Indikator Label Halal .....	23
2. Strategi Marketing .....	25
a. Pengertian Strategi .....	25
b. Variabel Strategi .....	25
c. Marketing (Pemasaran) .....	27

d. Konsep Marketing .....	28
e. Pengertian Strategi Marketing .....	28
f. Jenis-Jenis Strategi Marketing .....	29
g. Indikator Strategi Marketing .....	32
3. Minat Beli .....	36
a. Pengertian Minat Beli .....	36
b. Indikator Timbulnya Minat Beli .....	37
B. Penelitian Terdahulu .....	38
C. Kerangka Berpikir .....	45
D. Hipotesis .....	49

### **BAB III METODE PENELITIAN**

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian .....	50
1. Data Primer .....	51
2. Data Sekunder .....	51
B. Setting Penelitian .....	52
C. Populasi dan Sampel .....	52
1. Populasi .....	52
2. Sampel .....	53
D. Desain dan Definisi Operasional Variabel .....	54
E. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen .....	57
1. Uji Validitas .....	58
2. Uji Reliabilitas .....	59
F. Teknik Pengumpulan Data .....	60
1. Interview (wawancara) .....	60
2. Kuesioner (angket) .....	61
3. Dokumentasi .....	61
G. Teknik Analisis .....	62
1. Uji Asumsi Klasik .....	62
a. Uji Normalitas .....	62
b. Uji Multikolinearitas .....	63
c. Uji Heteroskedastisitas .....	63
2. Analisis Regresi Linear Berganda .....	64
3. Uji Statistik .....	64
a. Uji f .....	64
b. Uji t .....	66

c. Koefisien Korelasi .....	67
d. Koefisien Determinasi .....	68
<b>BAB IV PENGARUH DAN PEMBAHASAN .....</b>	
A. Gambaran Umum Penelitian .....	69
1. Sejarah Singkat UMKM Gotri Bakery Kudus ...	69
2. Profil Gotri Bakery Kudus .....	70
B. Hasil Penelitian .....	71
C. Analisis dan Pembahasan .....	77
1. Analisis .....	77
a. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian .....	77
b. Hasil Uji Asumsi Klasik .....	83
c. Hasil Analisis Statistik .....	89
2. Pembahasan .....	94
<b>BAB V PENUTUP</b>	
A. Simpulan .....	104
B. Keterbatasan Penelitian .....	105
C. Saran .....	106
D. Penutup .....	106
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN</b>	
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP</b>	

**DAFTAR TABEL**

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	38
Tabel 2.2 Perbandingan Penelitian Terdahulu dengan Penelitian Sekarang .....	42
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel .....	54
Tabel 3.2 Interpretasi Derajat Reliabilitas .....	59
Tabel 4.1 Hasil Penelitian Label Halal .....	72
Tabel 4.2 Hasil Penelitian Strategi Marketing .....	74
Tabel 4.3 Hasil Penelitian Minat Beli Konsumen .....	76
Tabel 4.4 Validitas Label Halal .....	78
Tabel 4.5 Validitas Strategi Marketing .....	79
Tabel 4.6 Validitas Minat Beli .....	80
Tabel 4.7 Reliabilitas Label Halal .....	82
Tabel 4.8 Reliabilitas Strategi Marketing .....	82
Tabel 4.9 Reliabilitas Minat Beli .....	83
Tabel 4.10 Hasil Uji Multikolinearitas .....	84
Tabel 4.11 Hasil Uji Autokorelasi .....	85
Tabel 4.12 Hasil Uji Normalitas .....	86
Tabel 4.13 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	89
Tabel 4.14 Analisis Regresi Linear Berganda .....	89
Tabel 4.15 Hasil Uji F .....	91
Tabel 4.16 Hasil Uji T .....	92
Tabel 4.17 Hasil Analisis Koefisien Determinasi .....	94

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Logo Label Halal MUI .....	18
Gambar 2.2 Kerangka Berpikir .....	46
Gambar 4.1 Linearitas Pengaruh Label Halal terhadap Minat Beli .....	87
Gambar 4.2 Linearitas Pengaruh Strategi Marketing terhadap Minat Beli .....	87

