

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iii
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK	viii
ABSTRACT.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Tujuan Penelitian	8
D. Manfaat Penelitian	8
E. Batasan masalah.....	9
F. Sistematika Penulisan	9
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Deskripsi Teori	11
1. <i>Theory Of Planned Behavior</i>	11
2. <i>Islamic Branding</i>	15
3. Kualitas Produk	19
4. Harga	23
B. Penelitian Terdahulu	26
C. Kerangka Berfikir	28
D. Hipotesis	29
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	32
B. Setting Penelitian	33
C. Populasi dan Sampel	33
D. Desain dan Definisi Operasional variabel	35
E. Uji Validitas dan Reliabilitas	40
F. Teknik Pengumpulan Data.....	41
G. Sumber Data	42
H. Teknik Analisis Data.....	42

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Gambaran Objek Penelitian	47
1. Profil Singkat PT. Buya Barokah Kudus.....	47
2. Visi dan Misi Perusahaan.....	50
3. Gambaran Umum Responden	50
4. Analisis Jawaban Responden	54
5. Analisis Data Penelitian	64
B. Pembahasan	76
1. Pengaruh <i>Islamic Branding</i> Terhadap Minat Beli Air Mineral KhQ.....	76
2. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Air Mineral KhQ.....	78
3. Pengaruh Harga Terhadap Minat Beli Air Mineral KhQ.....	80
4. Pengaruh <i>Islamic Branding</i> , Kualitas produk, dan harga terhadap minat beli air mineral KhQ	83
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	87
B. Keterbatasan Penelitian.....	88
C. Saran	88
DAFTAR PUSTAKA	90
LAMPIRAN-LAMPIRAN	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Presentase	3
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel	35
Tabel 3.2 Skala Likert	41
Tabel 4.1 Identitas Responden Berdasarkan Usia.....	51
Tabel 4.2 Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	52
Tabel 4.3 Identitas Responden Berdasarkan Frekuensi Konsumsi	52
Tabel 4.4 Identitas Responden Berdasarkan Pekerjaan	53
Tabel 4.5 Identitas Responden Berdasarkan Penghasilan	53
Tabel 4.6 Jawaban Responden Mengenai <i>Islamic Branding</i>	54
Tabel 4.7 Jawaban Responden Mengenai Harga	56
Tabel 4.8 Jawaban Responden Mengenai Kualitas Produk.....	58
Tabel 4.9 Jawaban Responden Mengenai Minat Beli	61
Tabel 4.10 Uji Validitas <i>Islamic Branding</i>	64
Tabel 4.11 Uji Validitas Harga.....	65
Tabel 4.12 Uji Validitas Kualitas Produk	65
Tabel 4.13 Uji Validitas Minat Beli	66
Tabel 4.14 Uji Reliabilitas.....	67
Tabel 4.15 Uji Normalitas	68
Tabel 4.16 Uji Multikolinieritas	69
Tabel 4.17 Uji Regresi Linier Berganda	71
Tabel 4.18 Uji Koefisien Determinasi	72
Tabel 4.19 Uji F	73
Tabel 4.20 Uji T	74

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir	27
Gambar 4.1 Nomor SNI Air Mineral KhQ	49
Gambar 4.2 Label halal Air Mineral KhQ	49
Gambar 4.3 Nomor BPOM Air Mineral KhQ	49
Gambar 4.4 Uji Heterokedastisitas	70

