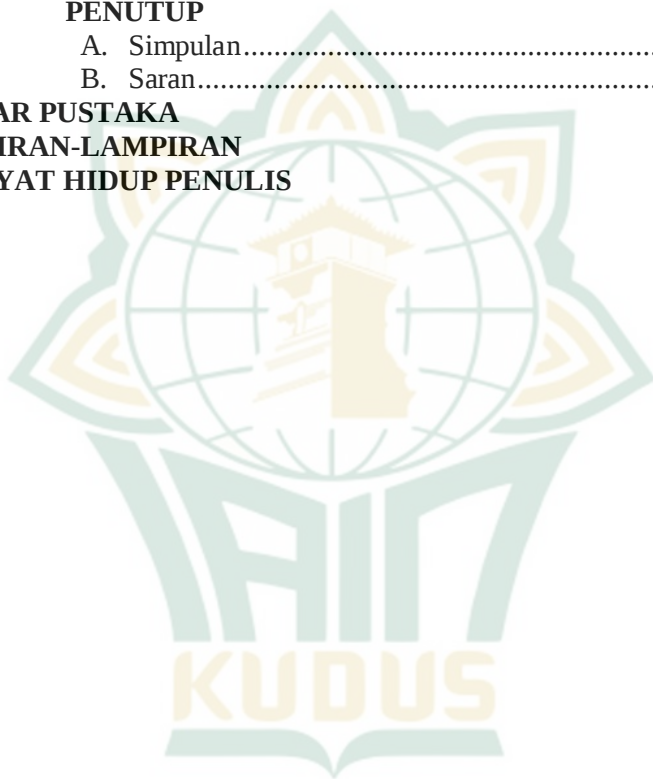


DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	IV
ABSTRAK	V
MOTTO	Vi
PERSEMBAHAN	Vii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN.....	ix
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian	8
D. Manfaat Penelitian	8
E. Sistematika Penulisan.....	9
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Deskripsi Teori.....	11
1. <i>Theory Of Reasoned Action (TRA)</i>	11
2. Label Halal	12
3. Halal Awareness	19
4. Harga	21
5. Promosi.....	26
6. Keputusan Konsumen.....	28
B. Penelitian Terdahulu	34
C. Kerangka Pikiran.....	35
D. Hipotesis	36
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Jenis dan Pendekatan.....	41
B. Setting Penelitian	42
C. Populasi dan Sampel Penelitian	42
D. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	
Variabel	43
E. Teknik Pengumpulan Data	45
F. Metode Analisis Data	46
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Analisis Deskriptif	50

1. Gambaran Umum Mi Samyang	50
2. Gambaran Umum Kabupaten Kudus	52
3. Gambaran Umum Responden	53
4. Deskriptif Data Penelitian	59
B. Hasil Uji Instrumen	64
C. Hasil Uji Asumsi Klasik	67
D. Hasil Uji Hipotesis	70
E. Pembahasan Hasil Penelitian	75
BAB V PENUTUP	
A. Simpulan	88
B. Saran	88
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	
RIWAYAT HIDUP PENULIS	



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Keputusan Yang Diambil Konsumen	28
Tabel 3.2 Interpretasi Derajat Reliabilitas.....	47
Tabel 4.1 Distribusi Frekuensi Berdasarkan Jenis Kelamin.....	54
Tabel 4.2 Distribusi Frekuensi BerdasarkanUsia	55
Tabel 4.3 Distribusi Frekuensi Berdasarkan Alamat	55
Tabel 4.4 Distribusi Frekuensi Berdasarkan Kapan Pertama Kali Mengetahui Informasi Produk	56
Tabel 4.5 Distribusi Frekuensi Berdasarkan Dari Mana Pertama kali Mengetahui produk	57
Tabel 4.6 Distribusi Frekuensi Berdasarkan Lama Mengkonsumsi Produk	58
Tabel 4.7 Distribusi Frekuensi Berdasarkan Jenis Pekerjaan.....	58
Tabel 4.8 Deskripsi Tanggapan Responden Terhadap Labelisasi Halal (X1)	59
Tabel 4.9 Deskripsi Tanggapan Responden Terhadap Halal Awareness (X2).....	60
Tabel 4.10 Deskripsi Tanggapan Responden Terhadap Harga (X3) .	62
Tabel 4.11 Deskripsi Tanggapan Responden Terhadap Promosi (X4).....	63
Tabel 4.12 Deskripsi Tanggapan Responden Terhadap keputusan Pembelian (Y).....	64
Tabel 4.13 Hasil Uji Validitas Instrumen.....	65
Tabel 4.14 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen.....	66
Tabel 4.15 Hasil Uji Multikolinearitas	67
Tabel 4.16 Hasil Uji Autokorelasi	68
Tabel 4.17 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	70
Tabel 4.18 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R ²)	72
Tabel 4.19 Hasil Uji Signifikansi Simultan (Uji F)	73
Tabel 4.20 Hasil Uji Statistik Parsial (Uji t)	74

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Logo halal MUI	14
Gambar 2.2 Logo Halal Terbaru.....	14
Gambar 2.3 Pembaharuan Logo Halal	15
Gambar 2.4 Prosedur Sertifikasi Halal	16
Gambar 2.5 Model keputusan Pembelian Konsumen	30
Gambar 2.6 Perilaku Pasca Pembelian	33
Gambar 2.7 Kerangka Pemikiran	36
Gamabr 4.1 Logo Mi Samyang	51
Gambar 4.2 Varian Mi Samyang	51
Gambar 4.1 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	69
Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas (Normal Probability Plot).....	69
Gambar 4.3 Hasil Uji Normalitas (Grafik Histogram).....	70

