

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI	ii
PENGESAHAN MUNAQOSAH	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
ABSTRAK	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	11
C. Tujuan Penelitian	11
D. Manfaat Penelitian	12
E. Sistematika Penulisan	13
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Deskripsi Teori	15
1. Perilaku Konsumen	15
2. Theory Of Planned Behavior	16
3. Labelisasi Halal	18
a. Definisi Label	18
b. Definisi Halal	19
c. Definisi Labelisasi Halal	20
d. Sertifikasi Halal MUI	21
e. Logo Labelisasi Halal	22
f. Dimensi Labelisasi Halal	23
g. Indikator Labelisasi Halal	23
4. Brand Image	24
a. Pengertian Brand Image	24
b. Faktor – Faktor Pembentuk Brand Image	25
c. Brand Image dalam Perspektif Islam	26
d. Dimensi Brand Image	27
e. Indikator Brand Image	28

5.	Product Quality	28
a.	Pengertian Product Quality	28
b.	Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Product Quality	30
c.	Product Quality dalam Perspektif Islam	31
d.	Dimensi Product Quality	32
e.	Indikator Product Quality	34
6.	Minat Beli	34
a.	Pengertian Minat Beli	34
b.	Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli	35
c.	Aspek – Aspek dalam Minat Beli	36
d.	Minat Beli dalam Perspektif Islam	36
e.	Dimensi Minat Beli	37
f.	Indikator Minat Beli	38
B.	Penelitian Terdahulu	38
C.	Kerangka Berfikir	45
D.	Hipotesis	46

BAB III METODE PENELITIAN

A.	Jenis dan Pendekatan	50
B.	Setting Penelitian	50
C.	Sumber Data	51
1.	Data Primer	51
2.	Data Sekunder	51
D.	Populasi dan Sampel	51
1.	Populasi	51
2.	Sampel	52
E.	Identifikasi Variabel	53
F.	Definisi Operasional Variabel	53
G.	Teknik Pengumpulan Data	57
1.	Kuesioner	57
2.	Dokumentasi	57
H.	Teknik Analisis Data	58
1.	Uji Instrumen	58
a.	Uji Validitas	58
b.	Uji Reliabilitas	58
2.	Uji Asumsi Klasik	59
a.	Uji Normalitas	59
b.	Uji Heterokedastisitas	60
c.	Uji Multikolonieritas	60

3. Uji Hipotesis	61
a. Analisis Regresi Linier Berganda	61
b. Koefisien Determinasi (R^2)	62
c. Uji Simultan (Uji F)	62
d. Uji Parsial (Uji T)	63

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian	64
1. Gambaran Umum Objek Penelitian	64
2. Gambaran Umum Responden	66
3. Gambaran Jawaban Responden	69
4. Analisis Data	84
a. Hasil Uji Instrumen	84
1) Uji Validitas	85
2) Uji Reliabilitas	87
b. Hasil Uji Asumsi Klasik	88
1) Uji Normalitas	88
2) Uji Heterokedastisitas	89
3) Uji Multikolonieritas	91
c. Hasil Uji Hipotesis	92
1) Analisis Regresi Linier Berganda	92
2) Koefisien Determinasi (R^2)	93
3) Uji Simultan (Uji F)	94
4) Uji Parsial (Uji T)	95
B. Pembahasan.....	98
1. Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Minat Beli Produk Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) Merek Le Minerale Pada Masyarakat Muslim di Kabupaten Kudus	98
2. Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap Minat Beli Produk Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) Merek Le Minerale Pada Masyarakat Muslim di Kabupaten Kudus	101
3. Pengaruh <i>Product Quality</i> Terhadap Minat Beli Produk Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) Merek Le Minerale Pada Masyarakat Muslim di Kabupaten Kudus	104

BAB V PENUTUP

A. Simpulan	108
B. Keterbatasan Penelitian	109
C. Saran	109
D. Penutup	111

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN – LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Jumlah Produksi Air Minum Dalam Kemasan di Indonesia	2
Tabel 1.2	Top Brand Index Kategori Air Minum Dalam Kemasan	5
Tabel 3.1	Penentuan Jumlah Sampel Menurut Sugiyono	52
Tabel 3.2	Definisi Operasional Variabel	54
Tabel 4.1	Data Jenis Kelamin Responden	67
Tabel 4.2	Data Usia Responden	67
Tabel 4.3	Data Status Pekerjaan Responden	68
Tabel 4.4	Data Frekuensi Pembelian Produk Responden	69
Tabel 4.5	Hasil Analisis Deskriptif	70
Tabel 4.6	Distribusi Frekuensi Labelisasi Halal	71
Tabel 4.7	Distribusi Frekuensi Brand Image	74
Tabel 4.8	Distribusi Frekuensi Product Quality	77
Tabel 4.9	Distribusi Frekuensi Minat Beli	83
Tabel 4.10	Hasil Uji Validitas Labelisasi Halal	85
Tabel 4.11	Hasil Uji Validitas Brand Image	85
Tabel 4.12	Hasil Uji Validitas Product Quality	86
Tabel 4.13	Hasil Uji Validitas Minat Beli	87
Tabel 4.14	Hasil Uji Reliabilitas	87
Tabel 4.15	Hasil Uji Normalitas	89
Tabel 4.16	Hasil Uji Glejser	91
Tabel 4.17	Hasil Uji Multikolonieritas	91
Tabel 4.18	Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda	92
Tabel 4.19	Hasil Koefisien Determinasi	94
Tabel 4.20	Hasil Uji Simultan (Uji F)	95
Tabel 4.21	Hasil Uji Parsial (Uji T)	96

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Logo Halal Resmi MUI..... 23
 Gambar 2.2 Kerangka Berfikir 46
 Gambar 4.1 Logo Le Minerale 64
 Gambar 4.2 Variasi Kemasan Le Minerale 65
 Gambar 4.3 Hasil Uji P-Plot 88
 Gambar 4.4 Hasil Uji Heterokedastisitas 90

