

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI</b> .....	<b>ii</b>
<b>PENGESAHAN MUNAQSYAH</b> .....	<b>iii</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI</b> .....	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>v</b>
<b>MOTTO</b> .....	<b>vi</b>
<b>PERSEMBAHAN</b> .....	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	9
C. Tujuan Penelitian.....	9
D. Manfaat Penelitian.....	9
E. Sistematika Penelitian .....	10
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b>	
A. Teori Persepsi .....	12
B. Labelisasi Halal .....	17
C. Kepercayaan Konsumen.....	25
D. Teori Perilaku Konsumen.....	28
E. Keputusan Pembelian.....	32
F. Penelitian-Penelitian Terdahulu .....	38
G. Kerangka Berfikir.....	42
I. Hipotesis Penelitian.....	44
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	<b>49</b>
A. Jenis dan Pendekatan.....	49
B. Populasi dan Sampel .....	49
C. Identifikasi Variabel Penelitian .....	51
D. Definisi Variabel Operasional .....	51
E. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	55
1. Uji Validitas .....	55
2. Uji Reliabilitas .....	55
F. Uji Asumsi Klasik .....	56
1. Uji Normalitas .....	56
2. Uji Heteroskedastisitas.....	56
3. Uji Multikolinearitas .....	57
G. Teknik Pengumpulan Data .....	57
H. Sumber Data.....	58

1. Data Primer .....	58
2. Data Sekunder .....	58
I. Teknik Analisis Data .....	58
1. Analisis Regresi Linier Berganda .....	58
2. Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	59
3. Uji Signifikansi Parameter Simultan (Uji f).....	59
4. Uji Signifikansi Parameter Parsial (Uji t).....	60
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	
A. HASIL PENELITIAN .....	61
1. Gambaran Obyek Penelitian.....	61
2. Deskripsi Responden.....	64
3. Deskripsi Data Penelitian .....	68
4. Analisis Data .....	72
B. PEMBAHASAN .....	81
<b>BAB V PENUTUP</b>	
A. Simpulan.....	89
B. Saran-saran .....	90
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1	Merek Mie Instan Korea Yang Telah Bersertifikat Halal.....	20
Tabel 2. 2	Merek Mie Instan Korea Yang Mengandung Fragmen DNA Babi .....	24
Tabel 2. 3	Penelitian-Penelitian Terdahulu.....	38
Tabel 3. 1	Definisi Variabel Operasional.....	51
Tabel 4. 1	Program Studi, Profil Lulusan dan Lowongan Pekerjaan Pada Fakultas Tarbiyah .....	63
Tabel 4. 2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	65
Tabel 4. 3	Karakteristik Responden Berdasarkan Program Studi Pendidikan Mengonsumsi Produk Mie Instan Korea Pada Mahasiswa IAIN Kudus Fakultas Tarbiyah .....	65
Tabel 4. 4	Karakteristik Responden Berdasarkan Produk Mie Instan Korea Yang Dikonsumsi Pada Mahasiswa IAIN Kudus Fakultas Tarbiyah.....	67
Tabel 4. 5	Data Hasil Penelitian Variabel Persepsi, Variabel Labelisasi Halal, Variabel Kepercayaan Konsumen dan Variabel Keputusan Pembelian .....	68
Tabel 4. 6	Hasil Uji Validitas.....	72
Tabel 4. 7	Hasil Uji Reliabilitas Instrumen.....	74
Tabel 4. 8	Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov .....	74
Tabel 4. 9	Hasil Uji Multikolinearitas.....	75
Tabel 4. 10	Hasil Uji Heterokedastisitas.....	76
Tabel 4. 11	Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	77
Tabel 4. 12	Hasil Uji Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ).....	78
Tabel 4. 13	Hasil Uji t Parsial .....	79
Tabel 4. 14	Hasil Uji F Simultan .....	80

**DAFTAR GAMBAR**

Gambar 1. 1	Produk Mie Instan Korea .....	4
Gambar 2. 1	Tahap Pembentukan Persepsi Melalui Pengolahan Informasi .....	15
Gambar 2. 2	Label Halal Indonesia.....	18
Gambar 2. 3	Proses Pengambilan Keputusan Pembelian.....	37
Gambar 2. 4	Kerangka Berfikir.....	43
Gambar 4. 1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	65
Gambar 4. 2	Karakteristik Responden Berdasarkan Program Studi Pendidikan Mengonsumsi Produk Mie Instan Korea Pada Mahasiswa IAIN Kudus Fakultas Tarbiyah .....	66
Gambar 4. 3	Karakteristik Responden Berdasarkan Produk Mie Instan Korea Yang Dikonsumsi Pada Mahasiswa IAIN Kudus Fakultas Tarbiyah .....	67

