

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Konsumen pada sebuah usaha ialah salah satu komponen yang utama pada pasar, dengan mengamati keperluan dan kemauan konsumen, sehingga masing-masing usaha bisa menang pada persaingan pasar yang dituju dan bisa fokus dalam kepuasan konsumen, sehingga bisa menimbulkan minat beli konsumen akan apa yang didistribusikan oleh perusahaan yang mau menggapai tujuan.¹

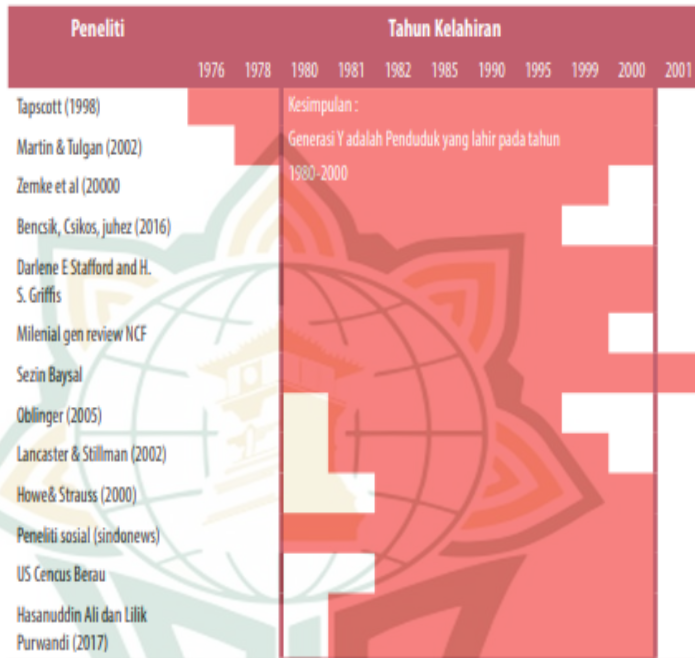
Indonesia yakni sebagian negeri yang mempunyai tingkat populasi penduduk terbanyak didunia, punya total warga yang bermacam dengan memiliki beraneka ragam sumber daya serta budayanya. Salah satu keberagaman di Indonesia yaitu keragaman berkeyakinan. Mayoritas dari warga Indonesia merupakan pemeluk agama islam yang terbanyak di dunia. Indonesia memiliki adat dan karakter yang beranekaragam. Masa ini Indonesia mulai dihadapkan pada generasi baru sesuai rentang tahun kelahirannya, yang kini banyak orang mengatakan dengan generasi milenial.²

Sebagaimana ditunjukkan oleh Hasanuddin Ali serta Lilik Purwandi dalam bukunya Milenial Nusantara, umur milenial yakni mereka yang lahir ke dunia kisaran tahun 1981 hingga 2000. Seperti yang ditunjukkan oleh peneliti dalam negeri lainnya, mereka menentukan tahun kelahiran generasi milenial mulai 1980-2000.

¹Abdul Latief, 'Analisis Pengaruh Produk, Harga, Lokasi Dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Warung Wedang Jahe (Studi Kasus Warung Sido Mampir Di Kota Langsa)', *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 7.1 (2018), 90–99 <<https://doi.org/10.33059/jmk.v7i1.756>>.

²S Shofi'unnafi, 'Muslim Milenial Sebagai Katalisator Industri Pariwisata Halal Indonesia: Mencari Titik Temu Potensi Dan Atensi', *Jurnal Ilmiah Syi'ar*, 20.1 (2020), 90 <<https://doi.org/10.29300/syr.v20i1.3096>>.

Gambar 1.1
Rekap Generasi Milenial Berdasarkan Tahun Kelahiran
Oleh Berbagai Peneliti.



Mengingat penilaian para ahli diatas dari berbagai negara dan profesi, dapat disimpulkan kalau usia milenial adalah orang-orang yang lahir kisaran tahun 1980 dan 2000.³

Pada dasarnya keperluan utama dari manusia yaitu sandang, pangan, dan papan. Pangan sangat diperlukan oleh manusia supaya manusia merasa kenyang, memiliki energi dalam melakukan aktifitasnya.⁴ Makanan merupakan kebutuhan pokok untuk manusia yang sangat dibutuhkan dan harus terpenuhi. Industri makanan pada saat ini setiap tahunnya terus mengalami kenaikan yang cukup relevan, yang dapat dilihat saat ini semakin

³Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak, *Statistik Gender Tematik. Profil Generasi Milenial Indonesia*, Badan Pusat Statistik (Jakarta: Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak, 2018).

⁴Vina Angelika Taslim and Charisma Ayu Pramuditha, 'Pengaruh Harga, Promosi, Kualitas Produk Dan Lokasi Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Restoran Magal Korean BBQ House Palembang', *Publikasi Riset Mahasiswa Manajemen*, 2.2 (2021), 143
<<http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/Proceedings/article/view/6923>>.

maraknya lokasi makan ataupun resto yang mencuat dan bertumbuh menawarkan produk santapan untuk konsumen dipasaran.⁵

Faktor yang penting dalam keberhasilan pemasaran produk yaitu promosi.⁶Promosi merupakan aktivitas interaksi konsumen serta pedagang yang menolong buat pengumpulan ketetapan dan memusatkan.⁷Promosi yang tepat dilakukan sebagai sebuah upaya menarik calon pembeli. Selain itu faktor lokasi, cara penyajian dan teknik dalam menawarkan produk harus dikerjakan dengan menarik.⁸Promosi merupakan suatu cara untuk memajukan pemasaran sebuah produk. Adanya promosi, konsumen mendapat pengarah mengenai spesifikasi kelebihan dan kekurangan produk, harga serta keuntungan apabila membeli barang tersebut. Semakin banyak masyarakat yang tereduksi produk halal maka bertambah banyak konsumen yang akan membeli produk halal, dan akhirnya mempengaruhi profit dari pengusaha produk halal.⁹

Perkembangan yang terjadi pada industri halal sangat cepat, hingga kini dapat memikat perhatian beragam kalangan. Indikator tren bisnis halal dalam informasi yang didapat dari *Global Islamic Economy Report 2017/2018*, terdapat lima sektor industri yang mengalami kemajuan yaitu jasa keuangan, makanan serta minuman halal, wisata halal, *fashion*, alat serta tamasya halal, dan farmasi serta kosmetik. Untuk bidang tertinggi yaitu jasa keuangan serta makanan-minuman halal, dibandingkan dengan sektor lainnya. Pada tahun 2016 perhitungan belanja

⁵Dian Otovianti and Hendri Herman, 'Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Pembeli Di Wendy'S', *Jurnal Akrab Juara*, 5.3 (2020), 135.

⁶Iqbal Varian Sembada, Bustam, and Enur Hotimah, 'Pengaruh Promosi Dan Testimoni Terhadap Minat Beli Produk Lyfira Hijab Dimediasi Oleh Kepercayaan (The Influence of Promotions and Testimonials on Purchase Intention of Lyfira Hijab Products Is Mediated by Trust)', *Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis*, 3.1 (2022), 22.

⁷Periyadi, Junaidi, and Noorlaily Maulida, 'Pengaruh Strategi Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Yang Dimediasi Oleh Minat Beli Kain Sasirangan Bordir', *At-Tadbir : Jurnal Ilmiah Manajemen*, 4.2 (2020), 154 <<https://doi.org/10.31602/atd.v4i2.2907>>.

⁸Malahayati, *Rahasia Sukses Bisnis Rasulullah* (Yogyakarta: Jogja Great! Publisher, 2010).

⁹Mochamad Novi Rifa'i, 'Promosi Makanan Halal Di Kota Taipei, Taiwan', *FALAH: Jurnal Ekonomi Syariah*, 3.1 (2018), 115 <<https://doi.org/10.22219/jes.v3i1.6515>>.

makanan serta minuman muslim disektor halal dunia mencapai \$1,24 triliun dan dapat diprediksi meningkat pada tahun 2022 jadi \$1,93 triliun.¹⁰

Bagi pemasaran kehalalan sangat penting di Indonesia, sebab pada dikala ini konsumen cenderung lebih mengamati label halal yang tercantum pada produk yang dijual.¹¹ Menurut Rangkuti dalam Aminuddin, labelisasi halal yaitu penerapan penjelasan halal dibungkus sebuah produk yang memiliki sasaran supaya populasi muslim tahu kalau produk itu bersetatus halal.¹²

Umat muslim berkeyakinan kalau memakan makanan halal menjadi berkah serta sehat, hal tersebut merupakan bagian dari kesadaran halal pada manusia. Islam menganjurkan supaya mengkonsumsi yang ada di bumi dan halal serta bagus, pada pangan, minuman, tidak hanya itu kosmetik, obat serta lainnya. Untuk kosmetik dan obat-obatan dapat dikatakan halal bila bahan yang tertera merupakan bahan baku terbaiksesuai dengan syariat islam serta mempunyai sertifikat halal dari Majelis Ulama Indonesia.¹³

Produk halal yakni sebuah produk yang dikatakan halal karena sesuai syariat islam. Demikianpula, proses kehalalan produk merupakan susunan rencana dalam menjamin kehalalan produk meliputi penyediaan bahan, penanganan, kapasitas, pengepakan, pengedaran, pemasaran serta penyajian produk.¹⁴ Ada dua syarat penting halal di dalam islam yaitu halal barangnya dan halal prosesnya.¹⁵

¹⁰Diah Ayu Legowati and Farah Nisa UI Albab, 'Pengaruh Attitude, Sertifikasi Halal, Promosi Dan Brand Terhadap Purchase Intention Di Restoran Bersertifikasi Halal', *Journal of Islamic Economics, Finance and Banking*, 2.1 (2019), 39–53.

¹¹Premi Wahyu Widyaningrum, 'Pengaruh Label Halal, Kesadaran Halal, Iklan, Dan Celebrity Endorser Terhadap Minat Pembelian Kosmetik Melalui Variabel Persepsi Sebagai Mediasi (Studi Pada Civitas Akademika Universitas Muhammadiyah Ponorogo)', *Capital: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 2.2 (2019), 75 <<https://doi.org/10.25273/capital.v2i2.3984>>.

¹²Aminuddin, 'Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Minat Beli (Studi Pada Konsumen Pizza Hut Kota Medan)', *Jurnal Riset Akuntansi Multiparadigma (JRAM)*, 5.2 (2018), 34–40.

¹³Widyaningrum.

¹⁴Zulham, *Hukum Perlindungan Konsumen* (Jakarta: KENCANA, 2016).

¹⁵Ahmad Izzuddin, 'Pengaruh Label Halal, Kesadaran Halal, Dan Bahan Makanan Terhadap Minat Beli Makanan Kuliner', *Jurnal Penelitian Ipteks*, 3.2 (2018), 102.

Mengonsumsi makanan halal yakni syarat yang telah diputuskan pada syariat islam yang ditegaskan Al-Qur'an. Hal ini sesuai dengan ajaran orang islam, yang membutuhkan produk yang akan dikonsumsi harus terjamin kehalalannya. Kejelasan halal serta haram pada suatu makanan akan membuat pembeli, terutama muslim tentu tenang untuk memakannya, sebab mereka bisa menentukan makanan halal tanpa mempersoalkan kandungan didalamnya.¹⁶

Mengonsumsi makanan halal, sejalan pada perintah yang sudah disebutkan di Al-Qur'an, di QS. Al-Baqarah ayat 168, yakni:

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِى الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ هَلْ كُنْتُمْ مُدْرِكِينَ

“Wahai manusia, makanlah dari yang halal serta baik dari yang ada pada bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah setan, karena setan sesungguhnya adalah musuh yang nyata bagimu”.¹⁷

Kunci utama dalam memenangkan persaingan yaitu membuat sebuah inovasi, inovasi dibuat oleh sebuah perusahaan karena salah satu sumber pertumbuhan pada perusahaan.¹⁸ Tujuan dari produsen yaitu memenuhi keperluan dan keinginan dari konsumen sesuai dengan kapasitas dan kemampuan membeli. Sebuah produk yang dihasilkan oleh sebuah perusahaan, kemudian ditawarkan sebagai bentuk dari usaha agar bisa mencapai tujuan. ketika membicarakan produk, maka hal yang perlu diperhatikan adalah inovasi produk.¹⁹

¹⁶Muhammad Fahmul Iltiham and Muhammad Nizar, ‘Pengaruh Label Halal Majelis Ulama Indonesia (MUI), Harga Pada Oleh-Oleh Makanan Khas Pasuruan Terhadap Minat Beli Dan Keputusan Pembelian’, *Jurnal Ekonomi Islam*, 11.2 (2020), 312–13.

¹⁷Dapartemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an Dan Terjemahannya* (Jakarta: Cv.Karya Insan Indonesia (KARINDO), 2004).

¹⁸Dede Jajang Suyaman dkk, ‘Pengaruh Inovasi Produk Dan Promosi Penjualan Terhadap Minat Beli Sepeda Motor Suzuki Satria F150 (Survei Pada Komunitas Suzuki Satria F150 Indonesia)’, *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 4.1 (2021), 574 <<https://doi.org/10.36778/jesya.v4i1.361>>.

¹⁹Akbar Riza. Asmoro and Rachma Indrarini, ‘Hubungan Inovasi Produk Makanan Terhadap Minat Beli Masyarakat Di Gresik’, *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam*, 4.1 (2021), 55–56.

Inovasi merupakan sebuah kreasi terkini yang berlainan dari yang sudah terdapat ataupun yang diketahui tadinya.²⁰ Inovasi bisa menaikkan nilai plus pada sebuah produk, serta inovasi dapat melahirkan produk terbaru yang bisa memberi jalan keluar yang lebih bagus dari perkara yang ditemui konsumen.²¹ Inovasi produk sebagai sebuah hal yang sangat diperlukan yang harus dipertimbangkan pemilik sebuah produk, akan tetapi pengetahuan inovasi produk terhadap produk makanan harus ditonjolkan. Maka, pengetahuan masyarakat mengenai inovasi kepada minat beli buat produk makanan yakni perihal yang amat berarti.²²

Sebuah gagasan yang khusus serta menarik dalam membuat suatu menu dan makanan yang bervariasi dapat disenangi oleh konsumen.²³ Variasi produk yaitu beragam atau macam produk yang ada. Dalam variasi produk tidak sekedar berkaitan pada beragam produk serta lini produk tetapi berkaitan kualitas, skema, tatanan, merek, ukuran, service, jaminan serta pembelian yang perlu memperoleh perhatian dari perusahaan dengan cermat, berhubungan dengan beragam produk yang diciptakan.²⁴ Perusahaan harus menggunakan strategi yang kuat agar menimbulkan minat beli bagi konsumen, kehadiran minat akan mendorong konsumen untuk memiliki produk tersebut sebagai pilihannya.²⁵

Beberapa penelitian terdahulu yang terkait dengan promosi, labelisasi halal, inovasi dan variasi produk, menunjukkan hasil yang variatif pada setiap variabel. Variabel promosi yang dilakukan oleh Abdul Latief menunjukkan hasil bahwa promosi mempunyai pengaruh yang signifikan pada minat beli, jika promosi berpengaruh positif yang berarti minat beli

²⁰Sukmadi, *Inovasi Dan Kewirausahaan* (Bandung: Humanior Utama Press, 2016).

²¹Suyaman and others.

²²Asmoro and Indrarini.

²³Zurriati Imilia, 'Pengaruh Variasi Produk Kuliner Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Lokasi Kaki 5 Di Jalan Perniagaan Medan', *Jurnal Bisnis Corporate*, 5.2 (2020), 45–57.

²⁴Libriana Susanti, 'Minat Beli Konsumen Teh Botol Kemasan Terhadap Variasi Produk Dan Kemasan Produk', *Journal of Management and Bussines*, 3.2 (2021), 104–12 <<https://doi.org/10.31539/jomb.v3i2.2723>>.

²⁵Tika Afriyanti and Rose Rahmidani, 'Pengaruh Inovasi Produk, Kemasan, Dan Variasi Produk Terhadap Minat Beli Ice Cream Aice Di Kota Padang', *Jurnal Ecogen*, 2.3 (2019), 270–79 <<https://doi.org/10.24036/jmpe.v2i3.7333>>.

konsumen akan semakin meningkat.²⁶ Hasil penelitian serupa dapat dilihat pada Raja Hardiansyah dalam penelitiannya memberikan hasil, promosi punya pengaruh signifikan pada minat beli, jadi semakin baik usaha yang dipromosikan maka akan menambah minat belik konsumen.²⁷ Akan tetapi penelitian Diah Ayu Legowati, serta Farah Nisa Ul Albab membuktikan jika variabel promosi tidak mempunyai pengaruh terhadap minat beli.²⁸

Kemudian pada variabel labelisasi halal bersumber penelitian terdahulu yang dijalankan Aminuddin memberikan hasil kalau labelisasi halal berpengaruh positif serta signifikan kepada minat beli.²⁹ Tetapi penelitian oleh Abdul Wahab Ahmad Kholil, Muhamad Wildan Fawa'id, dan Lilatul Hidayah menunjukkan hasil bahwa label halal tidak berpengaruh positif terhadap minat beli.³⁰

Penelitian pada variabel inovasi yang dilaksanakan oleh Raffly Alfian Dwi Kurnia, memperlihatkan hasil inovasi produk terdapat pengaruh signifikan pada minat beli. Inovasi yang bermutu membuat minat beli pelanggan terus meningkat.³¹ Sejalan dengan penelitian Alan Fabuari dan Syaifullah menunjukkan hasil inovasi berpengaruh signifikan pada minat beli.³² Tetapi pada penelitian Tika Afriyanti dan Rose Rahmidani

²⁶Latief, 'Analisis Pengaruh Produk, Harga, Lokasi Dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Warung Wedang Jahe (Studi Kasus Warung Sido Mampir Di Kota Langsa)'.

²⁷Raja Hardiansyah, 'Pengaruh Suasana Toko, Lokasi Dan Promosi Terhadap Minat Beli Di Toko Roti Morning Bakery', *Jurnal Bening*, 6.1 (2019), 214–23 <<https://doi.org/10.33373/bening.v6i1.1798>>.

²⁸Albab.

²⁹Aminuddin.

³⁰Abdul Wahab Ahmad Khalil, Muhamad Wildan Fawa'id, and Lailatul Hidayah, 'Pengaruh Harga Dan Label Halal Terhadap Minat Beli Roti Naf'a Di Kecamatan Kepung Kediri. (The Influence of Price and Halal Labels on The Interest of Buying Naf'a Bread in Kepung Kediri)', *Jurnal Qawanin*, 5.1 (2021), 67–82 <<https://doi.org/10.30762/qawanin.v5i1.2760>>.

³¹Raffly Alfian Dwi Kurnia, Martina Rahmawati Masitoh, and Muhammad Nurhuala Huddin, 'Pengaruh Electronic Word Of Mouth Dan Inovasi Produk Terhadap Minat Beli Konsumen (Survey Pada Followers Instragram Mcdonald's Indonesia)', *Jurnal Ekonomi Vokasi*, 4.1 (2020), 23–37.

³²Alan Fabuari and Syaifullah, 'Pengaruh Inovasi Produk Dan Pelayanan Terhadap Minat Beli Konsumen John'S Bakery Di Kota Batam', *Jurnal Ilmiah Maksitek*, 5.2 (2020), 85–94

menunjukkan hasil penelitian inovasi produk tidak memiliki pengaruh pada minat beli konsumen.³³

Selanjutnya pada variabel variasi produk, dalam hasil penelitian Zurriati Imilia, variasi menunjukkan pengaruh positif pada minat beli konsumen.³⁴ Tetapi berbeda hasil penelitian oleh Agus Salim dan Herry Nurdin membuktikan bahwa keberagaman produk secara parsial tidak berpengaruh pada minat beli.³⁵

Bersumber hasil dari penelitian sebelumnya dapat diketahui bahwa terdapat perbedaan pendapat atau inkonsistensi pada variabel yang mempengaruhi minat beli. Selain itu, pada penelitian yang telah dilakukan kebanyakan memakai objek yang masih terbilang sederhana, karena masyarakat sudah tidak meragukan lagi untuk kehalalan pada produk yang mereka jual, serta masih minimnya penelitian yang mengkaji mengenai makanan yang pada umumnya terkenal memakai bahan non-halal seperti *Japanese food*, dimana pada beberapa menu makanannya memakai alkohol atau mirin, serta shoyu, sehingga konsumen muslim sedikit merasa khawatir jika ingin mengkonsumsinya.

Bedasarkan uraian serta permasalahan tersebut yang mendasari penelitian buat mengkaji serta melakukan penelitian mengenai *Japanese food* yang halal serta aspek yang bisa mempengaruhi minat beli pelanggan. Bersumber uraian diatas serta permasalahan yang ada, mendasari peneliti tertarik buat melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Promosi, Labelisasi Halal, Inovasi dan Variasi Produk Terhadap Minat Beli *Japanese Food* Konsumen Milenial Muslim di Jawa Tengah”**.

B. Rumusan Masalah

Bersumber di latar belakang yang diterangkan, hingga bisa diajukan pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Apakah pengaruh promosi dalam mempengaruhi minat beli *Japanese Food* oleh konsumen milenial muslim di Jawa Tengah?

<<http://journal.unilak.ac.id/index.php/JIEB/article/view/3845%0Ahttp://dspace.u.c.ac.id/handle/123456789/1288>>.

³³ Afriyanti and Rahmidani.

³⁴ Imilia.

³⁵ Agus Salim and Herry Nurdin, ‘Lokasi, Keberagaman Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Minat Beli Pada Pasar Raya Amahami (Kota Bima)’, *Target : Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 2.1 (2020), 132–40 <<https://doi.org/10.30812/target.v2i1.740>>.

2. Apakah pengaruh labelisasi halal dalam mempengaruhi minat beli *Japanese Food* oleh konsumen milenial muslim di Jawa Tengah?
3. Apakah pengaruh inovasi dalam mempengaruhi minat beli *Japanese Food* oleh konsumen milenial muslim di Jawa Tengah?
4. Apakah pengaruh variasi produk dalam mempengaruhi minat beli *Japanese Food* oleh konsumen milenial muslim di Jawa Tengah?

C. Tujuan

Bersumber pada rumusan permasalahan di atas, sehingga tujuan penelitian ini yakni:

1. Menguji secara empiris promosi dalam mempengaruhi minat beli *Japanese Food* oleh konsumen milenial muslim di Jawa Tengah.
2. Menguji secara empiris labelisasi halal dalam mempengaruhi minat beli *Japanese Food* oleh konsumen milenial muslim di Jawa Tengah.
3. Menguji secara empiris pengaruh inovasi dalam mempengaruhi minat beli *Japanese Food* oleh konsumen milenial muslim di Jawa Tengah.
4. Menguji secara empiris pengaruh Variasi produk dalam mempengaruhi minat beli *Japanese Food* oleh konsumen milenial muslim di Jawa Tengah.

D. Kegunaan Penelitian/Manfaat

1. Manfaat Teoritis

Diharapkan terdapatnya penelitian ini dapat menaikkan wawasan dalam pengembangan buat penelitian ilmiah selanjutnya, serta penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat selaku sumber rujukan buat penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti selanjutnya terkait dengan minat beli.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Peneliti

Menaikkan wawasan perihal pengaruh promosi, labelisasi halal, inovasi dan variasi produk terhadap minat beli *Japanese Food* di Jawa Tengah. Untuk memperluas pengetahuan dalam memilih makanan halal, terutama ketika ingin membeli makanan yang dikenal non-halal dimasyarakat.

b. Bagi Produsen *Japanese Food*

Memberikan saran dan masukan bagi penjual *Japanese Food*, khususnya dalam pemilihan bahan makanan yang mereka pakai sebagai bahan dasar makanan yang mereka jual, agar tetap memperhatikan kualitas serta memakai bahan yang halal sesuai dengan ketentuan islam.

c. Bagi Konsumen

Manfaat dari hasil penelitian diharap bisa dipakai selaku pertimbangan bagi konsumen sebelum melakukan pembelian makanan khususnya makanan yang dikenal non-halal yang berada di Jawa Tengah.

E. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan penelitian ini di peruntukkan buat memperoleh deskripsi dan garis besar dari tiap komponen ataupun yang saling berkaitan alhasil kedepannya bakal di peroleh penelitian yang alamiah serta sistematis. Selanjutnya yakni penataan penulisan penelitian yang akan penulis susun:

1. Bagaian Awal

Tersusun dari: halaman judul, halaman pengesahan, pernyataan keaslian skripsi, abstrak, motto, halaman persembahan, halaman transliter arab- latin, kata pengantar, daftar isi, catatan tabel, serta daftar gambar.

2. Bagian Isi

Bagaian isi tersusun dari beberapa bab, yakni:

BAB I : Pendahuluan

Bab ini meliputi latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian dan sistematika penulisan penulisan.

BAB II : Landasan Teori

Pada bagian ini memaparkan deskripsi *Teori Of Planned Behaviour*, promosi, labelisasi halal, inovasi dan variasi produk terhadap minat beli konsumen. Penelitian terdahulu, kerangka berpikir dan hipotesis penelitian.

BAB III : Metode Penelitian

Bab ini bermuatan mengenai tipe serta pendekatan penelitian, setting penelitian, populasi dan sampel, tata variabel penelitian, definisi operasional, teknik pengumpulan data,

uji validitas dan uji reliabilitas, uji asumsi klasik, dan teknik analisis data.

BAB IV : Hasil Penelitian dan Pembahasan

Bab ini bermuatan cerminan umum objek penelitian, cerminan umum penjawab, analisa informasi serta ulasan hasil penelitian.

BAB V : Penutup

Bab ini memaparkan kesimpulan, dan saran dari hasil penelitian.

3. Bagian Akhir

Pada bagian ini bermuatan daftar pustaka yang dipakai selaku bahan rujukan dalam melakukan penelitian, serta lampiran yang membantu penelitian.

