

Daftar Isi

INTISARI.....	i
ABSTRACT	ii
Daftar Isi.....	iii
Daftar Gambar	v
Daftar Lampiran.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar belakang	1
1.2 Rumusan masalah	8
1.3 Pertanyaan penelitian	10
1.4 Tujuan penelitian	10
1.5 Manfaat penelitian	10
1.6 Sistematika penulisan.....	11
BAB II PENELITIAN TERDAHULU DAN LANDASAN TEORI	14
2.1 Penelitian terdahulu	14
2.1.1 Global Gotong Royong tetrapreneur	14
2.1.2 Pengaruh sertifikasi halal terhadap minat beli konsumen.....	18
2.1.3 Regulasi dan pelaksanaan kebijakan sertifikasi halal	23
2.1.4 Sertifikasi halal dan implikasinya terhadap perkembangan ekonomi	28
2.2 Landasan teori	31
2.2.1 <i>Qualitypreneur</i> (tetra 3) tetrapreneur.....	32
2.2.2 Konsep halal	33
2.2.3 Sertifikasi halal	35
2.2.4 Minat beli konsumen	37
2.2.5 Makanan ringan ikonik	41
BAB III METODE PENELITIAN	43
3.1 Desain penelitian	43
3.2 Instrumen penelitian	44
3.3 Metode pengambilan sampel.....	46

3.4	Objek penelitian.....	48
3.5	Variabel operasional	49
3.5.1	Pendekatan <i>qualitypreneur</i>	49
3.5.2	Sertifikasi halal.....	50
3.5.3	Minat beli konsumen	51
3.6	Waktu penelitian.....	52
3.7	Proses pemilihan informasi	53
3.8	Proses pengumpulan data.....	53
3.9	Proses pengolahan data	54
3.10	Proses analisis data	56
3.11	Keabsahan data.....	57
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		58
4.1	Gambaran umum lokasi penelitian	58
4.1.1	Profil lokasi penelitian	59
4.1.2	Profil pelaku usaha	60
4.1.3	Profil konsumen.....	62
4.2	Subjek penelitian	63
4.2.1	Kuesioner UMKM.....	64
4.2.2	Kuisisioner Konsumen	68
4.3	Penerapan <i>qualitypreneur</i> pada sertifikasi halal dalam meningkatkan minat beli konsumen produk makanan ringan ikonik di Malioboro	72
4.4	Persepsi konsumen terhadap pentingnya sertifikasi halal dalam memilih produk makanan ringan ikonik di Malioboro	75
4.5	Pembahasan.....	79
BAB V SIMPULAN.....		81
5.1	Simpulan	81
5.2	Implikasi manajerial	82
5.3	Keterbatasan dan penelitian selanjutnya	83
	Daftar Pustaka.....	84
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....		90