

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN	iii
MOTTO	iv
PRAKATA	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
INTISARI	xiii
ABSTRACT	xiv
BAB I Pendahuluan	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	8
1.3. Pertanyaan Penelitian	8
1.4. Tujuan Penelitian	9
1.5. Manfaat Penelitian	9
1.6. Sistematika Penulisan	10
BAB II Tinjauan Pustaka dan Landasan Teori	13
2.1. Tinjauan Pustaka	13
2.2. Landasan Teori	14
2.2.1. Konsep Halal	14
2.2.2. Niat Beli dan <i>Theory of Planned Behavior</i>	16
2.2.3. <i>Halal Awareness</i> (Tingkat Kesadaran Halal)	17
2.2.4. Komposisi Produk	18
2.2.5. <i>Islamic Brands</i>	21
2.2.6. Sertifikasi Halal	22
2.2.7. Kualitas Produk	24
2.2.8. Promosi	25
2.3. Kerangka Penelitian	26

2.4. Dimensionalisasi Variabel.....	27
2.4.1. Variabel <i>Halal Awareness</i>	27
2.4.2. Variabel Komposisi Produk.....	28
2.4.3. Variabel <i>Islamic Brands</i>	29
2.4.4. Variabel Sertifikasi Halal.....	30
2.4.5. Variabel Kualitas Produk.....	31
2.4.6. Variabel Promosi	32
2.5. Dimensionalisasi Model.....	32
2.6. Hipotesis	34
BAB III Metode Penelitian.....	35
3.1. Jenis Penelitian	35
3.2. Populasi dan Sampel	35
3.3. Teknik Pengumpulan Data	36
3.4. Definisi Konsep dan Operasional.....	37
3.4.1 Definisi Konsep	37
3.4.2. Definisi Operasional	39
3.5. Model Analisis <i>Structural Equation Modelling</i> (SEM)	41
3.6. Estimasi Model.....	42
3.6.1. Reliabilitas	42
3.6.2. Kelayakan Model (<i>Goodness of Fit</i>).....	43
3.7. Hubungan Antar Variabel.....	43
Bab IV Hasil dan Pembahasan	45
4.1. Profil Responden	45
4.2 Estimasi Model.....	51
4.2.1. Reliabilitas	51
4.2.2. Kesesuaian Model.....	57
4.2.3. Hubungan Antar Variabel.....	60
4.3. Pembahasan	63
4.3.1. Pengaruh <i>Halal Awareness</i> terhadap Niat Beli Produk Makanan Halal	63
4.3.2. Pengaruh Komposisi Produk terhadap Niat Beli Produk Makanan Halal	64
4.3.3. Pengaruh <i>Islamic Brands</i> terhadap Niat Beli Produk Makanan Halal.	65

4.3.4. Pengaruh Sertifikasi Produk terhadap Niat Beli Produk Makanan Halal	66
4.3.5. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Niat Beli Produk Halal	67
4.3.6. Pengaruh Promosi terhadap Niat Beli Produk Makanan Halal.....	68
Bab V Penutup.....	70
5.1. Simpulan.....	70
5.2. Implikasi Kebijakan.....	71
5.3. Keterbatasan Penelitian.....	72
Daftar Pustaka.....	73
LAMPIRAN.....	77
Lampiran 1: Kuesioner Penelitian.....	77
Lampiran 2: Hasil Output LISREL	81
Lampiran 3: Nilai Standardized	91