

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL i

PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI..... ii

PENGESAHAN MUNAQSYAH iii

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI iv

ABSTRAK v

MOTTO vi

PERSEMBAHAN vii

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN viii

KATA PENGANTAR..... ix

DAFTAR ISI..... xi

DAFTAR TABEL xiii

DAFTAR GAMBAR xiv

BAB I PENDAHULUAN

 A. Latar Belakang 1

 B. Rumusan Masalah 6

 C. Tujuan Penelitian 7

 D. Manfaat Penelitian 7

 E. Sistematika Penulisan..... 8

BAB II LANDASAN TEORI

 A. Deskripsi Teori 9

 1. *Theory of Planned Behavior* (TPB) 9

 2. Kesadaran Halal..... 10

 3. Citra Merek..... 16

 4. *Islamic Branding* 20

 5. Minat Beli..... 22

 B. Penelitian Terdahulu 24

 C. Kerangka Berfikir 28

 D. Hipotesis 29

BAB III METODE PENELITIAN

 A. Jenis dan Pendekatan..... 32

 B. *Setting* Penelitian..... 32

 C. Populasi dan Sampel 32

 D. Identifikasi Variabel..... 34

 E. Variabel Operasional..... 34

 F. Teknik Pengumpulan Data 37

 G. Teknik Analisis Data..... 37

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN

 A. Gambaran Objek Penelitian 42

 1. Profil PT Buya Barokah Kudus 42

 2. Visi dan Misi Perusahaan 45

B.	Gambaran Umum Responden	45
1.	Agama Responden.....	45
2.	Usia Responden	46
3.	Pendidikan Terakhir Responden	46
4.	Pekerjaan Responden.....	46
5.	Pendapatan Responden	47
C.	Hasil Penelitian	47
1.	Variabel Penelitian	47
2.	Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	52
3.	Uji Asumsi Klasik	55
D.	Analisis Data	60
1.	Uji Regresi Linier Berganda	60
2.	Koefisien Determinasi R^2	61
3.	Uji F	62
4.	Uji T (Parsial).....	63
E.	Pembahasan	65
1.	Pengaruh Kesadaran Halal terhadap Minat Beli	65
2.	Pengaruh Citra Merek terhadap Minat Beli	65
3.	Pengaruh <i>Islamic Branding</i> terhadap Minat Beli	66
4.	Pengaruh Kesadaran Halal, Citra Merek, <i>Islamic Branding</i> terhadap Minat Beli Air Minum Dalam Kemasan Merek KhQ	67
BAB V PENUTUP		
A.	Kesimpulan	68
B.	Saran	68
DAFTAR PUSTAKA		
LAMPIRAN-LAMPIRAN		

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1	Agama Responden	45
Tabel 4.2	Usia Responden	46
Tabel 4.3	Pendidikan Terakhir Responden	46
Tabel 4.4	Pekerjaan Responden	46
Tabel 4.5	Pendapatan Responden.....	47
Tabel 4.6	Tanggapan Responden terhadap Kesadaran Halal.....	47
Tabel 4.7	Tanggapan Responden terhadap Citra Merek (X2)	49
Tabel 4.8	Tanggapan Responden terhadap <i>Islamic Branding</i> (X3).....	50
Tabel 4.9	Tanggapan Responden terhadap Minat Beli	51
Tabel 4.10	Uji Validitas Kesadaran Halal (X1)	53
Tabel 4.11	Uji Validitas Citra Merek (X2)	53
Tabel 4.12	Uji Validitas <i>Islamic Branding</i> (X3)	54
Tabel 4.13	Uji Validitas Y (Minat Beli).....	54
Tabel 4.14	Uji Reliabilitas Instrumen	55
Tabel 4.15	Uji Normalitas <i>Kolmogrove-Smirnov Test</i>	57
Tabel 4.16	Uji Muktikolinearitas	58
Tabel 4.17	Uji Autokorelasi.....	59
Tabel 4.18	Uji Regresi Linier Berganda	60
Tabel 4.19	Hasil Uji Koefisien Determinasi	62
Tabel 4.20	Uji F	63
Tabel 4.21	Uji t Parsial	64

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1	Nomor SNI Air Mineral KhQ.....	43
Gambar 4.2	Label Halal Air Mineral KhQ.....	43
Gambar 4.3	Nomor BPOM Air Mineral KhQ	44
Gambar 4.4	Hasil Uji Normalitas Histogram	56
Gambar 4.5	Hasil Uji Normalitas P-Plot	56
Gambar 4.6	Hasil Uji Heteroskedastisitas	59

