

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI	ii
PENGESAHAN MUNAQOSYAH	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
ABSTRAK	v
HALAMAN MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
HALAMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian	8
E. Sistematika Penulisan	8
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Deskripsi Teori	11
1. <i>Theory of Planned Behavior</i> (TPB).....	11
2. Perilaku Konsumen	13
3. Harga	14
4. Label Halal	19
5. <i>Celebrity Endorser</i>	24
6. Minat Beli	26
B. Penelitian Terdahulu	30
C. Kerangka Berpikir	34
D. Hipotesis	35
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian	39
B. <i>Setting</i> Penelitian	39
C. Sumber Data	40
D. Populasi dan Sampel Penelitian	40
E. Variabel Penelitian	42
F. Definisi Operasional Variabel	42
G. Teknik Pengumpulan Data	45
H. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen	46
I. Uji Asumsi Klasik	47

1. Uji Normalitas	47
2. Uji Multikolinearitas	48
3. Uji Heterokedastisitas	48
J. Teknik Analisis Data	49
1. Regresi Linier Berganda	49
2. Uji Koefisien Determinasi (R^2)	50
3. Uji F Simultan	50
4. Uji t Parsial	51
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Hasil Penelitian	52
1. Gambaran Umum Objek Penelitian	52
2. Gambaran Umum Responden	53
3. Deskripsi Data Penelitian	55
4. Analisis Data Penelitian	67
a. Analisis Statistik Deskriptif	67
b. Uji Validitas dan Reliabilitas	69
c. Uji Asumsi Klasik	72
1) Uji Normalitas	72
2) Uji Multikolinearitas	74
3) Uji Heteroskedastisitas	75
d. Teknik Analisis Data	76
1) Regresi Linier Berganda	76
2) Uji Koefisien Determinasi (R^2)	78
3) Uji F Simultan	78
4) Uji t Parsial	79
B. Pembahasan	82
1. Pengaruh Harga terhadap Minat Beli Kutek Red Zahra pada Generasi Z di Kudus	82
2. Pengaruh Label Halal terhadap Minat Beli Kutek Red Zahra Pada Generasi Z di Kudus	83
3. Pengaruh <i>Celebrity Endorser</i> terhadap Minat Beli Kutek Red Zahra pada Generasi Z di Kudus	85
4. Pengaruh Harga, Label Halal dan <i>Celebrity Endorser</i> terhadap Minat Beli Kutek Red Zahra pada Generasi Z di Kudus	86
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	88
B. Keterbatasan Penelitian	89
C. Saran	89

**DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN-LAMPIRAN
DAFTAR RIWAYAT HIDUP**



DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Tabel Penentuan Sampel Menurut Sugiyono	41
Tabel 3.2	Definisi Operasional Variabel	43
Tabel 4.1	Gambaran Umum Usia Responden	53
Tabel 4.2	Gambaran Umum Pekerjaan Responden	54
Tabel 4.3	Gambaran Umum Frekuensi Pembelian Kutek Red Zahra	55
Tabel 4.4	Variabel Harga	55
Tabel 4.5	Variabel Label Halal	58
Tabel 4.6	Variabel <i>Celebrity Endorser</i>	61
Tabel 4.7	Variabel Minat Beli	65
Tabel 4.8	Hasil Analisis Statistik Deskriptif	67
Tabel 4.9	Hasil Uji Validitas Harga	69
Tabel 4.10	Hasil Uji Validitas Label Halal	70
Tabel 4.11	Hasil Uji Validitas <i>Celebrity Endorser</i>	70
Tabel 4.12	Hasil Uji Validitas Minat Beli	71
Tabel 4.13	Hasil Uji Reliabilitas	72
Tabel 4.14	Hasil Uji Normalitas	73
Tabel 4.15	Hasil Uji Multikolinearitas	74
Tabel 4.16	Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	76
Tabel 4.17	Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	78
Tabel 4.18	Hasil Uji F Simultan	79
Tabel 4.19	Hasil Uji t Parsial	80

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Kerangka Berpikir	35
Gambar 4.1	Varian Warna Kutek Red Zahra	52
Gambar 4.2	Hasil Uji Heteroskedastisitas	75

