

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	ii
SURAT KETERANGAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
HALAMAN MOTO DAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek penelitian	1
1.1.1 Sejarah Umum Perusahaan	1
1.1.2 Logo Perusahaan.....	1
1.1.3 Visi dan Misi Perusahaan.....	1
1.1.4 Skala Usaha dan Strategi Secara Umum.....	2
1.1.5 Produk dan Layanan	4
1.2 Latar Belakang	7
1.3 Identifikasi Masalah.....	13
1.4 Tujuan Penelitian	14
1.5 Manfaat Penelitian	14
1.6 Waktu dan Periode Penelitian.....	14
1.7 Sistematika Penulisan Tugas Akhir	14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	16
2.1 Tinjauan Teori.....	16
2.1.1 Pemasaran	16
2.1.2 Pengertian manajemen pemasaran.....	17
2.1.3 Bauran pemasaran.....	17
2.1.4 <i>Brand</i>	18

2.1.5 Label	19
2.1.6 Halal.....	19
2.1.7 Label Halal.....	20
2.1.8 Minat Beli	22
2.1.9 Dimensi Minat Beli.....	24
2.1.10 Hubungan labelisasi halal terhadap minat beli	24
2.2 Penelitian Terdahulu	28
2.3 Kerangka Pemikiran.....	43
2.4 Hipotesis penelitian.....	44
2.5 Ruang Lingkup Penelitian Batasan Pemikiran	44
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	45
3.1 Jenis Penelitian.....	45
3.2 Variabel Operasional dan Skala Pengukuran.....	45
3.2.1 Variabel Operasional	45
3.2.2 Skala Pengukuran	49
3.3 Populasi dan Sampel	49
3.3.2 Sampel	50
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	52
3.4.2 Data Sekunder.....	52
3.5 Uji Validitas dan Realibilitas	52
3.5.1 Uji Validitas.....	52
3.5.2 Uji Realibilitas	53
3.6 Teknik Analisis Data.....	54
3.6.1 Analisis Deskriptif.....	54
3.6.2 <i>Partial Least Square</i>	56
3.6.3 Pengujian Hipotesis	58
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	59
4.1 Pengumpulan Data.....	59
4.2 Karakteristik Responden	59
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	59
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	60
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	60

4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Rata-rata Perbulan	61
4.3 Analisis Deskriptif.....	62
4.4 Analisis Data.....	70
4.4.1. Evaluasi Measurement (Outer) Model	70
4.4.2. Pengujian Model Struktural (Inner model).....	73
4.5 Pembahasan Hasil Penelitian	75
4.5.1 Variabel Labelisasi Halal	76
4.5.2 Variabel Minat Beli	76
4.5.3 Pengaruh Variabel Labelisasi Halal terhadap Minat Beli	76
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	78
5.1 Kesimpulan.....	78
5.2 Saran	78
5.2.1 Saran Bagi Instansi	78
5.2.2 Saran Bagi Peneliti Selanjutnya	79
DAFTAR PUSTAKA.....	80
LAMPIRAN	