

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
REKOMENDASI PEMBIMBING	iv
NOTA DINAS	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
HALAMAN MOTTO	vii
ABSTRAK	viii
<i>ABSTRACT</i>	ix
TRANSLITERASI	x
KATA PENGANTAR	xvi
DAFTAR ISI	xviii
DAFTAR TABEL	xxii
DAFTAR GAMBAR	xxiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Penelitian	5
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Penelitian	6
E. Sistematika Penelitian	6
BAB II LANDASAN TEORI	8
A. <i>Literatur Review</i>	8
B. Landasan Teori	14
1. Mi Instan	14

2. Halal	15
a. Pengertian Halal.....	15
b. Label Halal	16
3. Perilaku Pembelian	17
a. Pengertian Perilaku Pembelian	17
b. Faktor-Faktor Perilaku Pembelian	18
c. Proses Pengambilan Keputusan Pembelian	20
d. Indikator Perilaku Pembelian	23
C. Hipotesis	23
BAB III METODE PENELITIAN	27
A. Desain Penelitian	24
B. Lokasi Penelitian.....	24
C. Waktu Pelaksanaan penelitian	24
D. Obyek Penelitian	24
E. Sampel	24
F. Variabel Penelitian	25
1. Variabel Bebas (Independen)	25
2. Variabel Terikat (Dependen)	25
G. Jenis data	26
1. Data Primer	26
2. Data Sekunder	27
H. Skala Pengukuran Data	27
I. Instrumen Penelitian	28
1. Uji Validasi	28
2. Uji Reliabilitas	29
J. Teknik Analisis Data	
1. Uji Asumsi Klasik	30
a. Uji Normalitas	30
b. Uji Multikolinearitas	30
c. Uji Heterokedastisitas	31

2. Uji Regresi Berganda	31
3. Pengujian Hipotesis	32
a. Pengujian Secara Parsial (Uji t)	32
b. Uji F-Test	33
c. Koefisien Determinasi (R ²)	34
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	35
A. Gambaran Mie Instan Impor	35
B. Gambaran Umum Responden	36
1. Jenis Kelamin	36
2. Usia	37
3. Pekerjaan	37
4. Pendapatan	38
5. Label Halal	39
C. Analisis Deskriptif Variabel.....	39
1. Tanggapan Responden Terhadap Dukungan Sosial	39
2. Tanggapan Responden Terhadap Perilaku Pembelian	41
D. Analisis Data	42
1. Uji Asumsi Klasik	42
a. Uji Normalitas	42
b. Uji Multikolinearitas	42
c. Uji Heterokedastisitas	43
2. Uji Hipotesis	44
a. Regresi Linier	44
b. Uji-t Parsial	45
c. Uji-F Stimultan	47
d. Uji Koefisien Determinasi (R Square)	48
E. Pembahasan Hasil Penelitian	48

1. Pengaruh Variabel Dukungan Sosial Terhadap Perilaku Pembelian Mie Instan Impor	50
2. Pengaruh Variabel Label Halal Terhadap Perilaku Pembelian Mie Instan	50
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	52
A. Kesimpulan	52
B. Saran	52
DAFTAR PUSTAKA	53
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Produk Berlabel Halal	2
Tabel 1.2 Persentase Produk Berlabel Halal	3
Tabel 2.1 Perbandingan Telaah Pustaka	11
Tabel 3.1 Variabel Penelitian	26
Tabel 3.2 Hasil Uji Validitas	29
Tabel 3.3 Hasil Uji Reliabilitas	30
Tabel 4.1 Deskriptif Variabel	39
Tabel 4.2 Tanggapan Responden Terhadap Dukungan Sosial	40
Tabel 4.3 Tanggapan Responden Terhadap Perilaku Pembelian	41
Tabel 4.4 Hasil Uji Normalitas	42
Tabel 4.5 Hasil Uji Multikolinearitas	43
Tabel 4.6 Hasil Uji Heterosedastisitas	43
Tabel 4.7 Uji Regresi Linier Berganda	44
Tabel 4.8 Ringkasan Hasil Pengujian Hipotesis	47

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Jenis Kelamin Responden	36
Gambar 4.2 Usia Responden	37
Gambar 4.3 Status Pekerjaan	37
Gambar 4.4 Pendapatan	38
Gambar 4.5 Label Halal	38