

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN.....	ii
LEMBAR PENGASAHAN.....	iii
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
KATA PENGANTAR	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
ABSTRAK.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
1.4.1 Teoritis.....	6
1.4.2 Praktis.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1 Kajian Teori.....	8
2.1.1 Minat Beli Ulang.....	8
2.1.2 Labelisasi Halal.....	9
2.1.3 <i>Brand Image</i>	10
2.2 Penelitian Terdahulu.....	11
2.3 Kerangka Berfikir.....	12
2.4 Hipotesis.....	13
2.4.1 Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Minat Beli Ulang.....	13
2.4.2 Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap Minat Beli Ulang.....	14
BAB III METODE PENELITIAN.....	15
3.1 Jenis Penelitian.....	15
3.2 Objek Penelitian.....	15
3.3 Populasi dan Sampel.....	15
3.3.1 Populasi.....	15
3.3.2 Sampel.....	16
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	16

3.5	Definisi Operasional.....	18
3.6	Teknik Analisis Data	21
3.6.1	Uji Statistik Deskriptif	21
3.6.2	Uji Validasi dan Reliabilitas	21
3.6.3	Uji Asumsi Klasik.....	22
3.6.4	Analisis Regresi Linier Berganda	23
3.6.5	Uji Hipotesis	24
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		27
4.1	Hasil Analisis Data.....	27
4.1.1	Karakteristik Responden.....	27
4.1.2	Statistik Deskriptif	29
4.2	Uji Validitas	31
4.2.1	Uji Validitas Variabel Labelisasi Halal.....	32
4.2.2	Uji Validitas Variabel <i>Brand Image</i>	32
4.2.3	Uji Validitas Variabel Minat Beli Ulang	32
4.3	Uji Reliabilitas.....	33
4.3.1	Uji Reliabilitas Variabel Labelisasi Halal.....	33
4.3.2	Uji Reliabilitas Variabel <i>Brand Image</i>	33
4.3.3	Uji Reliabilitas Variabel Minat Beli Ulang.....	33
4.4	Uji Normalitas	34
4.5	Asumsi Klasik	35
4.5.1	Uji Multikolinearitas	35
4.5.2	Uji Heteroskedastisitas.....	35
4.6	Uji Regresi Linier Berganda.....	36
4.7	Uji Hipotesis.....	37
4.7.1	Koefisien Determinasi.....	37
4.7.2	Uji F (Signifikansi Simultan).....	38
4.7.2	Uji t Parsial	38
4.8	Pembahasan	39
4.8.1	Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Minat Beli Ulang.....	40
4.8.2	Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap Minat Beli Ulang.....	40
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		42
5.1	Kesimpulan.....	42
5.2	Saran	42

5.2.1 Bagi Perusahaan.....	42
5.2.2 Bagi Penelitian Selanjutnya	43
DAFTAR PUSTAKA	44
LAMPIRAN LAMPIRAN	49
Lampiran 1.1 Kuisoner Penelitian.....	50
Lampiran 1.2 Data Kuisoner Labelisasi Halal	54
Lampiran 1.3 Data Kuisoner Brand Image (X2).....	57
Lampiran 1.4 Data Kuisoner Minat Beli Ulang (Y).....	60
Lampiran 1.5 cara mengetahui IP Responden secara otomatis terinput.....	68

