

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN SKRIPSI	i
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
ABSTRACT	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	12
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian	12
1.3.1 Tujuan Penelitian	12
1.3.2 Kegunaan Penelitian	13
1.4 Sistematika Penulisan	13
BAB II	14
TELAAH PUSTAKA	14
2.1 Landasan Teori	14
2.1.1 Teori Utilitas	14
2.1.2 Teori Permintaan	17
2.1.3 Theory of Planned Behavior (TPB)	22
2.1.4 Teori Perilaku Konsumen	24
2.1.5 Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Islam	29
2.1.6 Minat Beli	32
2.1.7 Halal Awareness (Kesadaran Halal)	34
2.1.8 Kualitas Produk	36

2.1.9 Persepsi Harga	37
2.1.10 Definisi Umum <i>Sunscreen</i> (Tabir Surya)	38
2.2 Hubungan Antar Variabel Penelitian.....	39
2.2.1 Hubungan antara <i>Halal Awareness</i> terhadap Minat Beli	39
2.2.2 Hubungan antara Kualitas Produk terhadap Minat Beli.....	40
2.2.3 Hubungan antara Persepsi Harga terhadap Minat Beli	42
2.3 Penelitian Terdahulu.....	43
2.4 Kerangka Pemikiran Teoretis.....	50
2.5 Hipotesis Penelitian	52
BAB III.....	53
METODE PENELITIAN	53
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional.....	53
3.1.1 Variabel Penelitian	53
3.1.2 Definisi Operasional	53
3.2 Populasi dan Sampel	57
3.2.1 Populasi.....	57
3.2.2 Sampel.....	57
3.3 Jenis dan Sumber Data	58
3.4 Metode Pengumpulan Data	58
3.5 Metode Analisis.....	59
3.5.1 Uji Instrumen	60
3.5.2 Uji Normalitas	61
3.5.3 Uji Penyimpangan Asumsi Klasik.....	62
3.5.4 Analisis Regresi Linear Berganda.....	64
3.5.5 Koefisien Determinasi (R^2).....	65
3.5.6 Uji Hipotesis	65
BAB IV	68
HASIL DAN ANALISIS.....	68
4.1 Deskripsi Objek Penelitian	68
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	68
4.1.2 Gambaran Umum Responden	69
4.2 Analisis Data	73

4.2.1 Uji Validitas.....	73
4.2.2 Uji Reliabilitas.....	74
4.2.3 Uji Normalitas	74
4.2.4 Uji Penyimpangan Asumsi Klasik.....	75
4.2.5 Analisis Regresi Linier Berganda.....	77
4.2.6 Koefisien Determinasi (R^2).....	79
4.2.7 Uji Hipotesis	80
4.3 Pembahasan	83
4.3.1 Pengaruh <i>Halal Awareness</i> Terhadap Minat Beli Produk <i>Sunscreen Halal</i>	83
4.3.2 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Produk <i>Sunscreen Halal</i>	84
4.3.3 Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Produk <i>Sunscreen Halal</i>	86
BAB V.....	88
PENUTUP.....	88
5.1 Simpulan.....	88
5.2 Keterbatasan	88
5.3 Saran.....	89
DAFTAR PUSTAKA	91
LAMPIRAN-LAMPIRAN	97