

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERNYATAAN	ii
ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN	v
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian	7
BAB II KERANGKA TEORITIS	9
A. Tinjauan Pustaka	9
1. Minat Beli Ulang	9
2. Harga	15
3. Cita rasa	21
4. Kesadaran Halal	25
B. Penelitian Terdahulu	29

C. Kerangka Pemikiran.....	34
D. Hipotesis.....	36
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	40
A. Metode Penelitian.....	40
B. Devinisi Operasional Variabel	40
C. Populasi dan Sampel	45
D. Teknik Pengumpulan Data.....	47
E. Uji Instrumen Penelitian	48
F. Uji Persyaratan Analisis.....	52
G. Teknis Analisis Data	52
H. Waktu dan Tempat Penelitian	61
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	62
A. Profile Lokasi Penelitian	62
B. Deskripsi Identitas Responden.....	63
1. Usia Responden.....	63
2. Pekerjaan Responden	64
3. Pendapatan atau Uang Saku Responden.....	65
4. Jumlah Pembelian Per Bulan Responden	66
5. Produk Mie Gacoan Yang Sering di Beli Responden	66
6. Domisili atau Alamat Responden.....	67
7. Cabang Mie Gacoan yang Pernah di Kunjungi Responden	69
C. Hasil Penelitian	69
1. Evaluasi Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	69

2. Evaluasi Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	80
Uji Hipotesis	86
Uji Hipotesis 1 - 3.....	86
D. Pembahasan Hasil Penelitian	88
1. Pengaruh Harga (X_1) Terhadap Minat Beli Ulang (Y).....	88
2. Pengaruh Cita Rasa (X_2) Terhadap Minat Beli Ulang (Y).....	91
3. Pengaruh Kesadaran Halal (X_3) Terhadap Minat Beli Ulang (Y).....	94
BAB V PENUTUP	100
A. Simpulan	100
B. Saran.....	100
DAFTAR PUSTAKA	102
LAMPIRAN.....	111

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	29
Tabel 3. 1 Operasional Variabel Harga (X_1).....	41
Tabel 3. 2 Operasional Variabel Cita rasa (X_2).....	42
Tabel 3. 3 Operasional Variabel Kesadaran Halal (Z).....	43
Tabel 3. 4 Operasional Variabel Minat Beli Kembali (Y).....	44
Tabel 3. 5 Karakteristik Responden.....	46
Tabel 3. 6 Kisi-Kisi Instrumen Penelitian.....	49
Tabel 3. 7 Kriteria Pemberian Skor.....	51
Tabel 3. 8 Jadwal Penelitian.....	61
Tabel 4. 1 Usia Responden.....	64
Tabel 4. 2 Pekerjaan Responden	64
Tabel 4. 3 Pendapatan/uang saku Responden	65
Tabel 4. 4 Jumlah Pembelian Per bulan Responden	66
Tabel 4. 5 Produk Mie Gacoan Yang Sering di Beli Responden.....	66
Tabel 4. 6 Domisili/Alamat Responden	68
Tabel 4. 7 Cabang Mie Gacoan Yang Sering Dikunjungi Responden.....	69
Tabel 4. 8 Nilai Outer Loading	70
Tabel 4. 9 Nilai Outer Loading Setelah Eliminasi Outlier.....	72
Tabel 4. 10 Hasil Nilai Average Variance Extracted (AVE)	74
Tabel 4. 11 Nilai Discriminant Validity Fornell-Larcker	76
Tabel 4. 12 Nilai Cross Loading	77
Tabel 4. 13 Uji Reliabilitas	79

Tabel 4. 14 Uji R-Square	80
Tabel 4. 15 Uji F Square	81
Tabel 4. 16 Hasil Path Coefficient	87

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Grafik Rentang Usia Konsumen Mie Gacoan.....	3
Gambar 1. 2 Grafik Jumlah Pembelian Konsumen.....	4
Gambar 1. 3 Grafik Alasan Pembelian Konsumen	4
Gambar 2. 1 Kerangka Berfikir.....	36
Gambar 3. 1 Tahapan Pengujian PLS-SEM.....	55
Gambar 4. 1 Hasil Output Model SEM-PLS	85
Gambar 4. 2 Output Model SEM-PLS	86