

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERNYATAAN	ii
ABSTRAK.....	iii
<i>ABSTRACT</i>	iv
PEDOMAN TRANSLITERASI.....	v
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	14
C. Tujuan Penelitian.....	15
D. Kegunaan Penelitian.....	15
BAB II KERANGKA TEORITIS.....	18
A. Landasan Teori	18
1. Ekuitas Merek	18
2. Kualitas Produk.....	22
4. Pengetahuan Produk Halal	35
5. Minat Beli.....	41
6. Makanan Cepat Saji.....	49
B. Penelitian Terdahulu	51
C. Kerangka Pemikiran	55
D. Hipotesis.....	58
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	61
A. Metode Penelitian.....	61
B. Operasionalisasi Variabel	62
C. Populasi dan Sampel	66
D. Teknik Pengumpulan Data	68
E. Instrumen Penelitian.....	69
F. Teknis Analisis data.....	73

1. Analisis <i>Structural Equation Modeling</i> (SEM).....	73
2. Uji Hipotesis.....	77
G. Tempat dan Jadwal Penelitian	77
1. Tempat Penelitian.....	77
2. Waktu Penelitian	77
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	79
A. Deskripsi Objek Penelitian.....	79
B. Hasil Penelitian.....	79
1. Deskripsi Data Penelitian	79
2. Analisis Data	85
C. Pembahasan	101
1. Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Minat Pembelian Produk Makanan Cepat Saji Halal.....	101
2. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Pembelian Produk Makanan Cepat Saji Halal.....	103
3. Pengaruh <i>Social Media Marketing</i> Terhadap Minat Pembelian Minat Pembelian Produk Makanan Cepat Saji Halal.....	104
4. Pengaruh Pengetahuan Produk Halal Terhadap Minat Pembelian Minat Pembelian Minat Pembelian Produk Makanan Cepat Saji Halal	106
5. Pengaruh Ekuitas Merek, Kualitas Produk, <i>Social Media Marketing</i> dan Pengetahuan Produk Halal terhadap Minat Pembelian Produk Makanan Cepat Saji Halal.....	109
D. Kebaruan Penelitian (Novelty)	110
BAB V PENUTUP	112
A. Kesimpulan.....	112
B. Saran.....	113
DAFTAR PUSTAKA.....	115
LAMPIRAN – LAMPIRAN.....	120

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Contoh Industri Halal di Indonesia	4
Tabel 1. 2 Kategori Pangan berdasarkan Peraturan BPOM Nomor 13 Tahun 2023 tentang Karegori Pangan	5
Tabel 1. 3 Contoh Produk Cepat Saji Bersertifikasi Halal di Indonesia	8
Tabel 1. 4 Pra-Survei Minat Pembelian Produk Makanan Cepat Saji Halal.....	13
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	51
Tabel 3. 1 Operasionalisasi Variabel	63
Tabel 3. 2 Instrumen Penelitian.....	69
Tabel 3. 3 Pilihan Respons dan Bobot Skor pada Skala Litert.....	72
Tabel 3. 4 Waktu Penelitian.....	78
Tabel 4. 1 Responden Berdasarkan Gender atau Jenis Kelamin	80
Tabel 4. 2 Responden Berdasarkan Usia	80
Tabel 4. 3 Responden Berdasarkan Domisili	81
Tabel 4. 4 Responden Berdasarkan Pendidikan	81
Tabel 4. 5 Responden Berdasarkan Pekerjaan	82
Tabel 4. 6 Responden Berdasarkan Pendapatan Per Bulan.....	83
Tabel 4. 7 Responden Berdasarkan Frekuensi Membeli Makanan Cepat Saji	83
Tabel 4. 8 Responden Berdasarkan Platform yang Sering Digunakan untuk Melihat Promosi Makanan Cepat Saji	84
Tabel 4. 9 Nilai Outer Loading	87
Tabel 4. 10 Nilai Average Variance Extrated	88
Tabel 4. 11 Variance Inflation Factor	89
Tabel 4. 12 Nilai Fornell-Larcker Criterion	91
Tabel 4. 13 Nilai Cross Loading	92
Tabel 4. 14 Uji Realibilitas.....	93
Tabel 4. 15 Hasil Pengujian R-Square	94
Tabel 4. 16 Hasil Pengujian F-square	96
Tabel 4. 17 Hasil Pengujian Q-Square	97
Tabel 4. 18 Hasil Bootstrapping Direct Effect	99
Tabel 4. 19 Hasil Uji Hipotesis	99
Tabel 4. 20 Hasil Uji Simultan.....	101

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran.....	58
Gambar 4. 1 Uji Outer Model	86
Gambar 4. 2 Model Bootstrapping.....	98
Gambar 4. 3 Uji Simultan	100