

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERSETUJUAN SKRIPSI .....	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI .....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRACT .....	ix
ABSTRAK .....	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
1 BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	15
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	17
1.3.1 Tujuan Penelitian.....	17
1.3.2 Kegunaan Penelitian.....	18
1.4 Sistematika Penulisan.....	19
2 BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	21
2.1 Landasan Teori.....	21
2.1.1 Teori Perilaku Produsen.....	21
2.1.2 Teori Perilaku Produsen dalam Perspektif Islam .....	22
2.1.3 Pencantuman Label Halal.....	24
2.1.4 Religiusitas .....	26
2.1.5 <i>Halal Awareness</i> .....	28
2.1.6 Motif Ekonomi .....	29
2.1.7 <i>Brand Image</i> .....	31
2.1.8 Prosedur Pengurusan Sertifikasi Halal.....	33
2.2 Penelitian Terdahulu .....	35
2.3 Hubungan Antar Variabel .....	37
2.3.1 Pengaruh Religiusitas terhadap Pencantuman Label Halal.....	37

2.3.2	Pengaruh Kesadaran Halal terhadap Pencantuman Label Halal .....	38
2.3.3	Pengaruh Motif Ekonomi terhadap Pencantuman Label Halal .....	39
2.3.4	Pengaruh Brand Image terhadap Pencantuman Label Halal .....	40
2.3.5	Pengaruh Prosedur Pengurusan Sertifikasi Halal terhadap Pencantuman Label Halal .....	41
2.4	Kerangka Pemikiran .....	43
2.5	Hipotesis Penelitian .....	43
3	BAB III METODE PENELITIAN .....	45
3.1	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel .....	45
3.1.1	Variabel Penelitian .....	45
3.1.2	Definisi Operasional .....	45
3.2	Populasi dan Sampel .....	47
3.2.1	Populasi .....	47
3.2.2	Sampel .....	48
3.3	Jenis dan Sumber Data .....	49
3.4	Metode Pengumpulan Data .....	50
3.5	Metode Analisa Data .....	50
3.5.1	Analisis Deskriptif .....	50
3.5.2	Analisis Kuantitatif .....	52
3.5.3	Uji Statistik .....	57
4	BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....	62
4.1	Deskripsi Objek Penelitian .....	62
4.1.1	Karakteristik Responden .....	62
4.2	Analisis Jawaban Responden .....	64
4.2.1	Indeks Jawaban Responden Terhadap Variabel Religiusitas .....	65
4.2.2	Indeks Jawaban Responden Terhadap Variabel <i>Halal Awareness</i> .....	66
4.2.3	Indeks Jawaban Responden Terhadap Variabel Motif Ekonomi .....	67
4.2.4	Indeks Jawaban Responden Terhadap Variabel <i>Brand Image</i> .....	68
4.2.5	Indeks Jawaban Responden Terhadap Variabel Prosedur Pengurusan Sertifikat Halal .....	69
4.3	Analisis Data .....	70
4.3.1	Uji Validitas .....	70
4.3.2	Uji Reliabilitas .....	71
4.3.3	Uji Validitas <i>Confirmatory Factor Analysis</i> (Uji CFA) .....	73
4.3.4	Uji Penjelasan Indikator .....	75

4.3.5	Korelasi Indikator dengan Komponen Faktor.....	76
4.3.6	Koefisien Skor Komponen Faktor.....	78
4.3.7	Regresi Logistik Biner .....	79
4.4	Interpretasi Hasil .....	88
4.4.1	Pengaruh Religiusitas Terhadap Keputusan Pencantuman Label Halal ...	89
4.4.2	Pengaruh <i>Halal Awareness</i> Terhadap Keputusan Pencantuman Label Halal 90	
4.4.3	Pengaruh Motif Ekonomi Terhadap Keputusan Pencantuman Label Halal 92	
4.4.4	Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap Keputusan Pencantuman Label Halal .	93
4.4.5	Pengaruh Prosedur Pengurusan Sertifikat Halal Terhadap Keputusan Pencantuman Label Halal.....	95
5	BAB V PENUTUP.....	98
5.1	Kesimpulan.....	98
5.2	Keterbatasan.....	99
5.3	Saran.....	100
	DAFTAR PUSTAKA .....	102
6	DAFTAR LAMPIRAN.....	109
	LAMPIRAN A KUESIONER PENELITIAN .....	109
	LAMPIRAN B HASIL OUTPUT ANALISIS DENGAN SPSS 25.....	115
	LAMPIRAN C JAWABAN KUESIONER PENELITIAN.....	134
	LAMPIRAN D INDEKS JAWABAN RESPONDEN .....	138



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Sertifikasi Halal LPPOM MUI Tahun 2016-2019 .....	3
Tabel 1.2 Jumlah UMKM Kota Semarang Tahun 2020 .....	10
Tabel 1.3 Hasil Pra Survey.....	10
Tabel 1.4 Ringkasan Research Gap .....	14
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	35
Tabel 3.1 Definisi Operasional .....	46
Tabel 4.1 Jumlah dan Proporsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	62
Tabel 4.2 Jumlah dan Proporsi Responden Berdasarkan Usia.....	63
Tabel 4.3 Jumlah dan Proporsi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir ...	64
Tabel 4.4 Nilai Indeks Jawaban Pada Variabel Religiusitas.....	65
Tabel 4.5 Nilai Indeks Jawaban Pada Variabel Halal Awareness .....	66
Tabel 4.6 Nilai Indeks Jawaban Pada Variabel Motif Ekonomi.....	67
Tabel 4.7 Nilai Indeks Jawaban Pada Variabel Brand Image.....	68
Tabel 4.8 Nilai Indeks Jawaban Pada Variabel Prosedur Pengurusan Sertifikat Halal.....	69
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas.....	70
Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas.....	72
Tabel 4.11 Hasil Kaiser Meyer Olkin (KMO) dan Bartlett's Test of Sphericity ..	73
Tabel 4.12 Hasil Measures of Sampling Adequacy (MSA) dan Factor Loading .	74
Tabel 4.13 Hasil Communalities.....	75
Tabel 4.14 Hasil Rotated Component Matrix .....	76
Tabel 4.15 Skor Terbentuk Setelah Analisis Faktor .....	78
Tabel 4.16 Hasil Uji Model Parameter (Hosmer and Lemeshow Test).....	80
Tabel 4.17 Hasil Iteration History Block 0 .....	82
Tabel 4.18 Hasil Iteration History Block 1 .....	83
Tabel 4.19 Hasil Matriks Klasifikasi .....	84
Tabel 4.20 Hasil Uji Determinasi (Pseudo R-Square) .....	85
Tabel 4.21 Hasil Uji Signifikansi Simultan (Omnibus Test).....	86
Tabel 4.22 Hasil Uji Signifikansi Parsial.....	87

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran..... 43



## DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A KUESIONER PENELITIAN.....	109
LAMPIRAN B HASIL OUTPUT ANALISIS DENGAN SPSS 25.....	115
LAMPIRAN C JAWABAN KUESIONER PENELITIAN.....	134
LAMPIRAN D INDEKS JAWABAN RESPONDEN .....	138

