

**PENGARUH CITRA MEREK TERHADAP NIAT BERPERILAKU
MELALUI VARIABEL KEPUASAAN SEBAGAI VARIABEL
INTERVENING PADA RESTORAN HALAL BOSS SURABAYA**

SKRIPSI

**DIAJUKAN UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN PERSYARATAN DALAM
MEMPEROLEH GELAR SARJANA EKONOMI ISLAM**



oleh:

FIONA MARSHANDA JULIARIZ FARARI

NIM: 041911433056

**PROGRAM STUDI S1 EKONOMI ISLAM
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS AIRLANGGA
SURABAYA**

2022

IR – PERPUSTAKAAN UNIVERSITAS AIRLANGGA

**THE EFFECT OF BRAND IMAGE ON BEHAVIORAL INTENTION
WITH SATISFACTION AS INTERVENING VARIABLE IN
RESTAURANT HALAL BOSS SURABAYA**

THESIS

**SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT OF THE REQUIREMENTS
FOR THE DEGREE OF BACHELOR OF ISLAMIC ECONOMICS**



by:

FIONA MARSHANDA JULIARIZ FARARI

NIM: 041911433056

**ISLAMIC ECONOMICS STUDY PROGRAM
FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS
UNIVERSITAS AIRLANGGA
SURABAYA**

2022

SKRIPSI

**PENGARUH CITRA MEREK TERHADAP NIAT BERPERILAKU
MELALUI VARIABEL KEPUASAAN SEBAGAI VARIABEL
INTERVENING PADA RESTORAN HALAL BOSS SURABAYA**

DIAJUKAN OLEH:

FIONA MARSHANDA JULIARIZ FARARI

NIM: 041911433056

**TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH
DOSEN PEMBIMBING,**



DR. ARI PRASETYO SE., M.SI.

TANGGAL 28 JANUARI 2023

NIP. 197101162005011002

KOORDINATOR PROGRAM STUDI,



BAYU ARIE FIANTO S.E., MBA., Ph.D TANGGAL 28 JANUARI 2023

NIP. 198502102010121004

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Saya, (Fiona Marshanda Juliariz Farari, 041911433056), menyatakan bahwa:

1. Skripsi saya ini adalah asli dan benar-benar hasil karya saya sendiri, dan bukan hasil karya orang lain dengan mengatas namakan saya, serta bukan merupakan hasil peniruan atau penjiplakan (*plagiarism*) dari karya orang lain. Skripsi ini belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik baik di Universitas Airlangga, maupun di perguruan tinggi lainnya.
2. Dalam Skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar kepustakaan.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis Skripsi ini, serta sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan norma dan peraturan yang berlaku di Universitas Airlangga.

Surabaya, 10 Desember 2022



DECLARATION

I, (Fiona Marshanda Juliariz Farari, 041911433056), declare that:

1. My thesis is genuine and truly my own creation, and is not another's person work made under my name, nor a piracy or plagiarism. This thesis has never been submitted to obtain an academic degree in Universitas Airlangga or in any other Universities/Colleges.
2. This thesis does not contain any work or opinion written or published by anyone, unless clearly acknowledged or refereed to by quoting the author's name and stated in the references.
3. This statement is true; if on the future this statement is proven to be fraud and dishonest, I agree to receive an academic sanction in the form of removal of the degree obtained through this thesis, and other sanctions in accordance with the prevailing norms and regulations in Universitas Airlangga.

Surabaya, 10 Desember 2022



KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Syukur Alhamdulillah kepada Allah Subhanahu wata'ala yang telah memberikan saya waktu, kesehatan, kemudahan untuk menyelesaikan skripsi ini. skripsi berjudul “Pengaruh Citra merek Terhadap Niat berperilaku Melalui Variabel Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Pada Restoran Halal Boss Surabaya” disusun untuk memenuhi Sebagian persyaratan dalam memperoleh gelar sarjana ekonomi Islam. Berbagai pihak telah membantu dalam menyelesaikan penelitian ini.

Dengan kerendahan hati, penulis ingin menyampaikan rasa terimakasih kepada pihak – pihak yang telah memberikan dukungan dan perhatian sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini, antara lain :

1. Kedua orang penulis, yaitu Bapak Sidik Rudiyanto dan Ibu Utari Setyo Andayani yang telah memberikan segalanya, memberi dukungan penuh motivasi, membantu untuk biaya kuliah, memberikan doa, serta memberikan dukungan materiil dan nonmaterial lainnya kepada penulis, sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini.
2. Ibu Prof. Dr. Dian Agustia, S.E., M.Si., Ak. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga beserta jajaran
3. Ibu Dr. Sri Herianingrum, SE., M.Si selaku Ketua Departemen Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga
4. Bapak Bayu Arie Fianto, SE., MBA., Ph.D selaku Koordinator Program Studi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga, serta dosen wali yang telah memberikan bimbingan kepada penulis selama perkuliahan
5. Bapak Dr. Ari Prasetyo SE., M.Si. Selaku dosen pembimbing yang senantiasa memberikan bimbingan, arahan, masukan, dan saran kepada penulis selama proses penyusunan skripsi ini
6. Seluruh staf pengajar dan administrasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga yang telah memberikan bantuan untuk penyelesaian skripsi ini.

7. Seluruh peneliti yang karya tulisnya digunakan sebagai sumber referensi dalam skripsi ini
8. Kakak dari penulis, yaitu Claudia Shendytiahati Niovenifarari yang telah memberikan dukungan materiil dan nonmaterial kepada penulis
9. Teman – teman EKIS ROFTEN, terima kasih atas pengalaman 4 tahun ini, yang selalu mendukung satu sama lain selama proses perkuliahan
10. Teman – teman Naughtea – ku, nisyah, nita, cici, tera, niki, maul, oren dan poce, serta Cangsy Syariah Iqbal, koko dan kuncupz yang selalu memberikan motivasi, bantuan serta dukungan penuh dari awal sampai akhir proses pengerjaan skripsi. Terima kasih atas support nya dari awal maba 2019 hingga lulus nanti
11. Teman – teman DJAMILA, akbar, haidar, nabil, rafa, icim, dan beberapa teman lainnya yang tidak bisa disebutkan satu – satu oleh penulis yang selalu memberikan dukungan penuh untuk mengerjakan skripsi dengan hiburan canda tawa ketika bertemu
12. Sobat HUMAS, sarah, adon, azmi, amin, iroh, mbak nisa, mbak hana, mbak najla, mbak risma, mas mahbub, mas adeb, nisma, dan sarah yang selalu memberikan banyak pengalaman dan bantuan dalam penyusunan skripsi
13. Teman – teman UKHTI NKSTHI, putri, lia, lisa, tika, salsa, boling, serta akhi opet dan adi yang selalu memberikan informasi tentang perkuliahan dari awal masuk hingga semester akhir
14. Mas Daffa, yang selalu mengajarkan tentang perkuliahan dan membimbing sepenuhnya pada penyusunan skripsi ini dengan detail. Terima kasih sudah sabar untuk selalu menjawab pertanyaan dan sabar menghadapi tingkah laku penulis ini
15. Sulthan Rafi Anwar, partner hidup sekaligus my 911 call 24/7 yang selalu menemani penulis sejak tahun 2014 hingga saat ini dan semoga seterusnya hingga tua nanti. Terima kasih banyak selalu memberikan semangat, dukungan, dan motivasi yang tidak henti – hentinya kepada penulis meskipun harus terhalang oleh jarak tetapi tidak menyurutkan rasa sayang dan perhatian kepada penulis

16. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu oleh penulis yang sangat berjasa dalam penyelesaian skripsi. Terima kasih banyak tiada berarti skripsi ini tanpa bantuan kalian.

Penulis mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah memberikan dukungan materiil dan nonmaterial kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. penulis juga sangat terbuka apabila terdapat kritik dan saran yang bersifat membangun terhadap skripsi ini.

Wassalamu'alaikum Warahmatullah Wabarakatuh

Surabaya, 10 Desember 2022

Fiona Marshanda Juliariz Farari

**Pengaruh Citra merek Terhadap Niat berperilaku Melalui
Variabel Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Pada Restoran Halal Boss
Surabaya**

Fiona Marshanda Juliariz Farari

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peran dari citra merek terhadap niat berperilaku pada restoran Halal Boss Surabaya yang di mediasi dengan kepuasan. Populasi pada penelitian ini adalah konsumen restoran Halal Boss Surabaya dan sampel yang digunakan yaitu 290 responden yang pernah melakukan kunjungan dan pembelian di restoran Halal Boss Surabaya. Pengujian ini menggunakan teknik analisis yaitu analisis jalur (path analysis) dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa citra merek secara langsung berpengaruh signifikan terhadap niat berperilaku. Citra merek secara langsung berpengaruh signifikan terhadap kepuasan. Kepuasan secara langsung berpengaruh signifikan terhadap niat berperilaku dan kepuasan memiliki peran partial mediation pada penelitian ini. Penelitian ini diharapkan memiliki manfaat bagi perusahaan terkait maupun sejenis dalam meningkatkan strategi maupun peluang untuk mencapai tujuan pada perusahaan, serta diharapkan bermanfaat bagi peneliti selanjutnya sebagai perbandingan dalam melakukan penelitian.

Kata Kunci: Citra merek, Kepuasan, Niat berperilaku

**The Effect Of Brand Image On Behavioral Intention With Satisfaction As
Intervening Variable In Restaurant Halal Boss Surabaya**

Fiona Marshanda Juliariz Farari

ABSTRACT

This study aims to determine the role of brand image on behavioral intention at the Halal Boss Surabaya restaurant which is mediated by satisfaction. The sample used was 290 respondents who had made visits and purchases at the Halal Boss restaurant in Surabaya. This test uses an analytical technique, namely path analysis with the results of the study showing that citra merek directly has a significant effect on niat berperilaku. Brand image directly has a significant effect on satisfaction. Satisfaction directly has a significant effect on behavioral intention and satisfaction has a partial mediation role in this study. This research is expected to have benefits for related and similar companies in improving strategies and opportunities to achieve goals at the company, and is expected to be useful for further researchers as a comparison in conducting research.

Keyword : *Brand Image, Satisfaction and Behavioral Intention*

**Halal تأثير صورة العلامة التجارية على النية السلوكية من خلال متغير الرضاء كمتغير تدخل في مطعم
Boss Restaurant Surabaya**

فيونا مارشاندا جوليارى فيراري

الملخص

Halal Boss هذه الدراسة إلى تحديد دور صورة العلامة التجارية في النية السلوكية في مطعم الذي يتوسطه الرضاء. كانت العينة المستخدمة 290 شخصًا قاموا بزيارات وشراء في مطعم Surabaya في سورابايا. يستخدم هذا الاختبار أسلوبًا تحليليًا ، وهو تحليل المسار مع نتائج الدراسة التي Halal Boss توضح أن صورة العلامة التجارية لها تأثير كبير بشكل مباشر على النية السلوكية. تؤثر صورة العلامة التجارية بشكل مباشر على الرضاء. للرضاء تأثير مباشر على النية السلوكية والرضاء له دور وساطة جزئية في هذه الدراسة من المتوقع أن يكون لهذا البحث فوائد للشركات ذات الصلة والمتشابهة في تحسين الاستراتيجيات والفرص لتحقيق الأهداف في الشركة ، ومن المتوقع أن يكون مفيدًا لمزيد من الباحثين كمقارنة في إجراء البحوث الكلمات المفتاحية: صورة العلامة التجارية ، الرضاء ، النية السلوكية

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Pedoman Transliterasi Arab Latin ini berdasarkan Surat Keputusan Bersama (SKB) Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor 158 Tahun 1987 dan Nomor 0543b/U/1987.

1. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab, yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda secara bersama-sama. Di bawah ini daftar huruf Arab dan transliterasinya

No.	Arab	Latin	Keterangan
1	ا	-	Tidak dilambangkan
2	ب	b	-
3	ت	t	-
4	ث	ṡ	s (dengan titik di atasnya)
5	ج	j	-
6	ح	ḥ	h (dengan titik di bawahnya)
7	خ	kh	-
8	د	d	-
9	ذ	z	z (dengan titik di atasnya)
10	ر	r	-
11	ز	z	-
12	س	s	-
13	ش	sy	-
14	ص	ṣ	s (dengan titik di bawahnya)
15	ض	ḍ	d (dengan titik di bawahnya)
16	ط	ṭ	t (dengan titik di bawahnya)
17	ظ	ẓ	z (dengan titik di bawahnya)
18	ع	‘	koma terbalik terletak di atas
19	غ	g	-
20	ف	f	-
21	ق	q	-
22	ك	k	-
23	ل	l	-
24	م	m	-
25	ن	n	-
26	و	w	-
27	ه/هـ	h	-
28	ء	’	Apostrof
29	ي	y	-

2. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

a. Vokal Tunggal

Vokal tunggal dalam bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf latin	Nama
اَ	<i>Faṭḥah</i>	A	A
اِ	<i>Kasrah</i>	I	I
اُ	<i>Ḍammah</i>	U	U

b. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf, yaitu;

Tanda	Nama	Huruf latin	Nama
اَيَّ	Faṭḥah dan ya	Ai	A dan I
اَوَّ	Faṭḥah dan wau	Au	A dan U

3. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harkat huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan tanda	Nama
اَ... اِ... اُ...	<i>fathah</i> dan <i>alif</i> atau <i>va</i>	ā	a dan garis di atas
اِي...	<i>kasrah</i> dan <i>ya</i>	ī	i dan garis di atas
اُو...	<i>ḍammah</i> dan <i>wau</i>	ū	u dan garis di atas

4. *Ta' Marbutah*

Transliterasi untuk *ta marbutah* ada dua, yaitu *ta marbutah* yang hidup atau mendapat harakat *fathah*, *kasrah*, dan *dammah*, transliterasinya adalah (t). Sedangkan *ta marbutah* yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah (h), contoh جماعة ditulis *jamā'ah*, kecuali untuk kata-kata arab yang sudah terserap menjadi bahasa Indonesia seperti Shalat, Zakat, dan sebagainya.

Kalau pada kata yang berakhir dengan *ta marbutah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al* – serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka *ta marbutah* itu ditransliterasikan dengan (h).

5. *Syaddah (Tasydid)*

Syaddah atau *tasydid* yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda *tasydid* (ّ), dalam transliterasi ini dilambangkan dengan perulangan huruf (konsonan ganda) yang diberi tanda *syaddah*. Jika huruf ع ber-tasydid di akhir sebuah kata dan didahului oleh huruf kasrah (عِ), maka ia ditransliterasi seperti huruf *maddah* (i)

6. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf (*alif lam ma'arifah*). Dalam pedoman transliterasi ini, kata sandang ditransliterasi seperti biasa, al-, baik ketika ia diikuti oleh huruf *syamsiah* maupun huruf *qamariah*. Kata sandang tidak mengikuti bunyi huruf langsung yang mengikutinya. Kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikutinya dan dihubungkan dengan garis mendatar (-)

7. *Hamzah*

Aturan transliterasi huruf *hamzah* menjadi *apostrof* (') hanya berlaku bagi *hamzah* yang terletak di tengah dan akhir kata. Namun, bila *hamzah* terletak di awal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab ia berupa *alif*

8. Penulisan Kata Arab yang Lazim Digunakan dalam Bahasa Indonesia

Kata, istilah atau kalimat Arab yang ditransliterasi adalah kata, istilah atau kalimat yang belum dibakukan dalam bahasa Indonesia. Kata, istilah atau kalimat yang sudah lazim dan menjadi bagian dari pembendaharaan bahasa Indonesia, atau sudah sering ditulis dalam tulisan bahasa Indonesia, tidak lagi ditulis menurut cara transliterasi di atas. Misalnya kata *Al-Qur'an* (dari al-Qur'an), *Sunnah*, *khusus* dan

umum. Namun, bila kata-kata tersebut menjadi bagian dari satu rangkaian teks Arab, maka mereka harus ditransliterasi secara utuh

9. *Lafz al-Jalalah* (الله)

Kata “Allah” yang didahului partikel seperti huruf *jarr* dan huruf lainnya atau berkedudukan sebagai *mudaf ilaih* (frasa nominal), ditransliterasi tanpa huruf *hamzah*. Adapun *ta marbutah* di akhir kata yang disandarkan kepada *lafz al-jalalah*, ditransliterasi dengan huruf [t]

10. Huruf Kapital

Walau sistem tulisan Arab tidak mengenal huruf kapital, dalam transliterasinya huruf-huruf tersebut dikenai ketentuan tentang penggunaan huruf kapital berdasarkan pedoman ejaan Bahasa Indonesia yang berlaku.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	I
TITTLE PAGE.....	II
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	IV
DECLARATION.....	V
KATA PENGANTAR.....	VI
ABSTRAK	IX
ABSTRACT	X
الملخص.....	XI
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	XII
DAFTAR ISI.....	XVI
DAFTAR TABEL.....	XIX
DAFTAR GRAFIK	XX
DAFTAR LAMPIRAN	XXII
DAFTAR SINGKATAN.....	XXIII
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Kesenjangan Penelitian	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Ringkasan Metode Penelitian.....	8
1.5 Ringkasan Hasil Penelitian	8
1.6 Kontribusi Penelitian.....	8
1.7 Sistematika Penulisan.....	9
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1 Landasan Teori.....	11
2.1.2 <i>Niat berperilaku</i>	11
2.1.3 <i>Kepuasan</i>	12

2.1.4	<i>Citra merek</i>	13
2.2	Penelitian Sebelumnya	14
2.2.1	<i>Espinosa, Jennifer A. et al (2018)</i>	14
2.2.2	<i>Shahzadi, Mariam et al. (2018)</i>	15
2.2.3	<i>Ratnasari, Ririn Tri. et al (2020)</i>	15
2.3	Pengaruh Antar Variabel dan Hipotesis.....	17
2.3.1	<i>Pengaruh Citra merek dan Niat berperilaku</i>	17
2.3.2	<i>Pengaruh Citra merek dan Kepuasan</i>	18
2.3.3	<i>Pengaruh Kepuasan dan Niat berperilaku</i>	18
BAB 3	METODE PENELITIAN	20
3.1	Pendekatan Penelitian	20
3.2	Metode Analisis	20
3.3	Definisi Operasional Variabel.....	21
3.3.1	<i>Niat berperilaku</i>	21
3.3.2	<i>Kepuasan</i>	22
3.3.3	<i>Citra merek</i>	22
3.4	Jenis dan Sumber Data	23
3.5	Populasi dan Sampel	23
3.6	Prosedur Pengumpulan Data	24
3.7	Uji Asumsi Dasar Regresi.....	24
3.7.1	<i>Uji Normalitas</i>	24
3.7.2	<i>Uji Linearitas Data</i>	25
3.7.3	<i>Uji Validitas</i>	25
3.7.4	<i>Uji Reliabilitas</i>	25
3.8	Teknik Analisis Data.....	26
3.8.1	<i>Analisis Deskriptif</i>	26
3.8.3	<i>Uji Kelayakan Model</i>	26
3.9	Uji Asumsi Klasik	28
3.9.1	<i>Uji Multikolinearitas</i>	28
3.9.2	<i>Uji Heteroskedastisitas</i>	28
BAB 4	HASIL DAN PEMBAHASAN	29

4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	29
4.2	Deskripsi Hasil Penelitian	29
4.2.1	<i>Karakteristik Responden</i>	29
4.2.2	<i>Deskripsi Jawaban Responden</i>	32
4.3	Hasil Penelitian	37
4.3.1	<i>Uji Asumsi Dasar</i>	38
4.3.2	<i>Analisis Jalur (Path Analysis)</i>	41
4.3.3	<i>Uji Asumsi Klasik</i>	45
4.4	Pembahasan	46
4.4.1	<i>Pengaruh Citra merek terhadap Niat berperilaku</i>	46
4.4.2	<i>Pengaruh variabel citra merek terhadap kepuasan</i>	48
4.4.3	<i>Hasil pengujian pengaruh variabel kepuasan terhadap niat berperilaku pada restoran Halal Boss Surabaya</i>	50
4.4.4	<i>Hasil pengujian pengaruh variabel kepuasan secara tidak langsung antara citra merek dan niat berperilaku</i>	52
BAB 5	SIMPULAN DAN SARAN	53
5.1	Ringkasan Hasil	53
5.2	Simpulan	53
5.3	Saran	54
5.4	Keterbatasan	54
	DAFTAR PUSTAKA	56
	LAMPIRAN	60

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Indikator Skor Top 15 Ranking Negara	2
Tabel 2.1 Persamaan dan Perbedaan Penelitian Sebelumnya	16
Tabel 3.1 Skor Skala Likert	24
Tabel 4.1 Jumlah Responden Berdasarkan <i>Screening Question</i>	29
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	30
Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Usia	30
Tabel 4.4 Responden Berdasarkan pada Pekerjaan	31
Tabel 4.5 Responden Berdasarkan pada Penghasilan	31
Tabel 4.6 Responden Berdasarkan Jumlah Kunjungan	32
Tabel 4.7 Kategori Rata – Rata Jawaban Responden	33
Tabel 4.8 Hasil Deskriptif Citra merek	33
Tabel 4.9 Hasil Deskriptif Kepuasan	34
Tabel 4.10 Hasil Deskriptif Niat berperilaku	35
Tabel 4.11 Hasil Pengujian Normalitas Data	38
Tabel 4.12 Hasil Pengujian Linearitas Data	38
Tabel 4.13 Hasil Pengujian Validitas Data	39
Tabel 4.14 Hasil Pengujian Reliabilitas Data	40
Tabel 4.15 Hasil Pengujian Analisis Korelasi <i>Bivariate Pearson</i>	41
Tabel 4.16 Hasil <i>R – square</i> Variabel X dan Z terhadap Y	42
Tabel 4.17 Hasil <i>R – square</i> Variabel X terhadap Z	42
Tabel 4.18 Hasil Pengujian <i>Goodnes of Fit</i>	43
Tabel 4.19 Hasil Pengujian Analisis Regresi (Uji T) Model I	43
Tabel 4.20 Hasil Pengujian Analisis Regresi (Uji T) Model II	44
Tabel 4.21 Hasil Pengujian Multikolinearitas	45
Tabel 4.22 Hasil Pengujian Heteroskedastisitas	45

DAFTAR GRAFIK

Grafik 1.1 Perbandingan Impor dan Pertumbuhan Sektor Industri Halal.....	1
Grafik 1.2 Inflasi Inflasi Berdasarkan Kelompok Pengeluaran	3

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Metode Penelitian.....	20
-----------------------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisisioner Melalui <i>Google Form</i>	60
Lampiran 2 Data Responden Kuisisioner	69
Lampiran 3 Hasil Pengisian Kuisisioner	81

DAFTAR SINGKATAN

BPKP	Badan Pengawasan Keuangan dan Pembangunan
BPS	Badan Pusat Statistik
CAGR	Compound Annual Growth Rate
F&B	Food and Beverage
GIEI	Global Islamic Economy Indicator
HBKN	Hari Besar Keagamaan Nasional
TPB	Theory Planned Behavior
SPSS	Satistical Package for Social Science