

DAFTAR ISI

	Halaman
PERSETUJUAN USULAN PENELITIAN	II
PERSETUJUAN SKRIPSI	III
ABSTRACT	VI
ABSTRAK.....	VIII
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	X
KATA PENGANTAR.....	IX
DAFTAR ISI	XIV
DAFTAR TABEL.....	XVI
DAFTAR GAMBAR	XVII
DAFTAR LAMPIRAN.....	XVIII
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	11
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	13
1.3.1 Tujuan Penelitian	13
1.4 Kegunaan Penelitian	14
1.4.1 Aspek Teoritis	14
1.4.2 Aspek Praktis.....	14
1.5 Sistematika Penulisan	14
BAB II TELAAH PUSTAKA.....	16
2.1 Landasan Teori	16
2.1.1 Perilaku Konsumen.....	16
2.1.2 Perilaku Konsumen Islam	17
2.1.3 Theory Planned Behavior.....	19
2.1.4 Pasar Ritel	20
2.1.5 Sertifikasi Halal	21
2.1.6 Kasadaran Halal.....	21
2.1.7 Kualitas Produk	22
2.1.8 Persepsi Harga	22
2.1.9 Lokasi Penjualan.....	23
2.1.10 Minat Membeli	24
2.1.11 Keputusan Pembelian.....	25
2.2 Hubungan Antar Variabel	26
2.2.1 Hubungan Sertifikasi Halal terhadap Minat Membeli	26
2.2.2 Hubungan Sertifikasi Halal terhadap Keputusan Pembelian.....	26
2.2.3 Hubungan Kesadaran Halal terhadap Minat Membeli.....	27
2.2.4 Hubungan Kesadaran Halal terhadap Keputusan Pembelian	27

2.2.5 Hubungan Kualitas Produk terhadap Minat Membeli	27
2.2.6 Hubungan Kualitas Produk terhadap Keputusan Membeli	27
2.2.7 Hubungan Persepsi Harga terhadap Minat Membeli	28
2.2.8 Hubungan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian.....	28
2.2.9 Hubungan Lokasi Penjualan terhadap Minat Membeli.....	28
2.2.10 Hubungan Lokasi Penjualan dengan Keputusan Pembelian	28
2.2.11 Hubungan Minat Membeli terhadap Keputusan Pembelian	29
2.3 Penelitian Terdahulu	29
2.4 Kerangka Penelitian.....	40
2.5 Hipotesis Penelitian.	40
BAB III METODE PENELITIAN.....	42
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel.	42
3.1.1. Varibel Penelitian	42
3.1.2 Definisi Operasional Variabel	43
3.2 Populasi dan Sampel.....	48
3.2.1 Populasi.....	48
3.2.2 Sampel	48
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	49
3.3.1. Data Primer	49
3.3.2 Data Sekunder	49
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	49
3.5 Metode Analisis Data	50
3.5.1 Uji Instrumen Penelitian	50
3.5.2 Uji Statistik.....	50
3.5.3 Uji Asumsi Klasik.....	51
3.5.4 Path Analysis (Analisis Jalur).....	53
3.5.5 Analisi Pengaruh Mediasi	54
3.5.6 Alat Analisis	54
BAB IV HASIL PENELITIAN.....	56
4.1 Deskripsi umum objek penelitian.	56
4.1.1 Gambaran umum objek penelitian	56
4.1.2 Gambaran umum responden.....	58
4.2 Analisi Data	62
4.2.1 Uji Instrumen.....	62
4.2.2 Uji Statistik Deskriptif	65
4.2.3 Uji Regresi Linier Berganda.....	66
4.2.4 Uji Asumsi Klasik.....	74
4.2.5 Path Analisis	77
4.3 Pembahasan.....	84
4.3.1 Pengaruh Sertifikasi Halal terhadap Keputusan Pembelian melalui minat membeli.	84
4.3.2 Pengaruh Kesadaran Halal terhadap Keputusan Pembelian melalui Minat Membeli.	86
4.2.3 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian melalui Minat Membeli	87

4.2.4 Pengaruh Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian melalui Minat Membeli.	89
4.2.5 Pengaruh Lokasi Penjualan terhadap Keputusan Pembelian melalui Minat Membeli.	90
BAB V PENUTUP.....	93
5.1 Kesimpulan	93
5.2 Keterbatasan Penelitian	96
5.3 Saran.....	96
DAFTAR PUSTAKA	98
LAMPIRAN	104
LAMPIRAN A KUESIONER.....	105
LAMPIRAN B DAFTAR JAWABAN RESPONDEN.....	113
LAMPIRAN OUTPUT EVIEWS 10.....	143