

## DAFTAR ISI

<b>PERSETUJUAN SKRIPSI .....</b>	<b>ii</b>
<b>PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>SURAT PERNYATAAN KEASLIAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	12
1.4 Manfaat Penelitian.....	12
1.5 Sistematika Penulisan.....	13
<b>BAB II TELAAH PUSTAKA .....</b>	<b>15</b>
2.1 Landasan Teori .....	15
2.1.1 Teori Indiferensi.....	15
2.1.2 Teori Permintaan .....	16
2.1.3 Teori Permintaan dalam Perspektif Islam .....	19
2.1.4 Keputusan Pembelian.....	22
2.1.5 Persepsi Harga.....	25
2.1.6 Kepercayaan (Trust).....	27
2.1.7 Peran <i>Influencer</i> .....	28
2.2 Hubungan Antar Variable .....	32
2.2.1 Hubungan antara Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian .....	32
2.2.2 Hubungan antara Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian.....	33
2.2.3 Hubungan antara Peran <i>Influencer</i> terhadap Keputusan Pembelian .....	33
2.3 Penelitian Terdahulu .....	34
2.4 Kerangka Penelitian .....	41
2.5 Hipotesis Penelitian.....	42

<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>42</b>
3.1 Variabel Penelitian dan Defisini Operasional Variabel .....	42
3.1.1 Variabel Penelitian .....	42
3.1.2 Definisi Operasional.....	42
3.2 Populasi dan Sampel .....	46
3.2.1 Populasi .....	46
3.2.2 Sampel.....	46
3.3 Jenis dan sumber data.....	47
3.3.1 Jenis data .....	47
3.3.2 Sumber data.....	47
3.4 Metode Pengumpulan Data .....	48
3.5 Metode Analisis.....	49
3.5.1 Uji Instrumen .....	49
3.5.2 Uji Asumsi Klasik .....	51
3.5.3 Analisis Regresi Linear Berganda.....	53
3.5.4 Uji Hipotesis.....	54
<b>BAB IV HASIL DAN ANALISIS .....</b>	<b>57</b>
4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	57
4.1.1 Gambaran Umum Produk .....	57
4.2 Gambaran Umum Responden .....	57
4.2.1 Gambaran Umum Berdasarkan Usia Responden.....	58
4.2.2 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	59
4.2.3 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Pendidikan .....	59
4.3 Metode Analisis Data .....	60
4.3.1 Uji Instrumen Data.....	60
4.3.2 Uji Asumsi Klasik.....	62
4.3.3 Uji Hipotesis.....	65
4.4 Pembahasan .....	70
4.4.1 Pengaruh Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian ramen halal SeiRock-Ya .....	70
4.4.2 Pengaruh Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian ramen halal SeiRock-Ya .....	71
4.4.3 Pengaruh Peran Influencer terhadap Keputusan Pembelian ramen halal SeiRock-Ya .....	72
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>74</b>

5.1 Kesimpulan.....	74
5.2 Keterbatasan Penulis .....	75
5.3 Saran.....	75
5.3.1 Kepada Perusahaan .....	75
5.3.2 Kepada Peneliti Selanjutnya .....	76