

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRACT	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian	10
1.3.1 Tujuan Penelitian	10
1.3.2 Kegunaan Penelitian	11
1.4 Sistematika Penulisan	12
BAB II TELAAH PUSTAKA	14
2.1 Landasan Teori dan Penelitian Terdahulu	14
2.1.1 Teori Perilaku Konsumen	14
2.1.2 Teori Konsumsi	15
2.1.3 Teori Konsumsi Islam	17
2.1.4 Keputusan Pembelian	20
2.1.5 Harga	23
2.1.6 Pendapatan	24
2.1.7 Harga Barang Substitusi	25
2.1.8 Label Halal	26
2.1.9 Kualitas Produk	28
2.1 Penelitian Terdahulu	30
2.2 Hubungan Antar Variabel	38
2.2.1 Hubungan Harga terhadap Keputusan Pembelian	38

2.2.2 Hubungan Pendapatan terhadap Keputusan Pembelian	39
2.2.3 Hubungan Harga Barang Substitusi terhadap Keputusan Pembelian	39
2.2.4 Hubungan Label Halal terhadap Keputusan Pembelian	40
2.2.5 Hubungan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian	41
2.3 Kerangka Pemikiran	42
2.4 Hipotesis Penelitian	42
BAB III METODE PENELITIAN.....	45
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional.....	45
3.1.1 Variabel Penelitian	45
3.1.2 Definisi Operasional Variabel	45
3.2 Populasi dan Sampel.....	50
3.2.1 Populasi	50
3.2.2 Sampel	51
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	51
3.3.1 Jenis Data.....	51
3.3.2 Sumber Data	52
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	53
3.5 Metode Analisis Data.....	54
3.5.1 Analisis Deskriptif.....	54
3.5.2 Analisis Kuantitatif.....	55
3.5.3 Uji Statistik	59
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	63
4.1 Deskripsi Objek Penelitian	63
4.1.1 Gambaran Umum Minuman Halal Bersoda (<i>Soft drinks</i>)	63
4.2 Gambaran Umum Responden.....	64
4.2.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	64
4.2.2 Responden Berdasarkan Usia	65
4.2.3 Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan.....	66
4.2.4 Responden Berdasarkan Pendapatan atau Uang Saku per Bulan	66
4.2.5 Responden Berdasarkan Kota/Kabupaten	67
4.2.6 Responden Berdasarkan Membeli dan Tidak Membeli Minuman Halal <i>Soft drinks</i>	68
4.3 Analisis Data Indeks Jawaban Responden	70
4.3.1 Indeks Jawaban Responden terhadap Variabel Harga.....	71

4.3.2 Indeks Jawaban Responden terhadap Variabel Pendapatan	71
4.3.3 Indeks Jawaban Responden terhadap Variabel Harga Barang Substitusi	72
4.3.4 Indeks Jawaban Responden terhadap Variabel Label Halal.....	73
4.3.5 Indeks Jawaban Responden terhadap Variabel Kualitas Produk.....	73
4.4 Analisis Data Regresi Logistik Biner	76
4.4.1 Interpretasi Uji Kelayakan Model Regresi (<i>Hosmer and Lemeshow Test</i>)	76
4.4.2 Uji Keseluruhan Model (<i>Overall Fit Model</i>).....	77
4.4.3 Uji Koefisien Determinasi (<i>Pseudo R Square</i>).....	78
4.4.4 Uji Signifikansi Simultan (<i>Omnibus Test</i>).....	79
4.4.5 Uji Parsial Logistik (<i>Wald Test</i>)	80
4.5 Interpretasi Hasil Penelitian.....	83
4.5.1 Pengaruh Harga (X1) terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	83
4.5.2 Pengaruh Pendapatan (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	85
4.5.3 Pengaruh Harga Barang Substitusi (X3) terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	86
4.5.4 Pengaruh Label Halal (X4) terhadap Keputusan Pembelian (Y)	88
4.5.5 Pengaruh Kualitas Produk (X5) terhadap Keputusan Pembelian (Y)	89
BAB V PENUTUP	91
5.1 Kesimpulan	91
5.2 Keterbatasan Penelitian.....	91
5.3 Saran	92