

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.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah.....	14
1.3 Tujuan Penelitian	15
1.4 Manfaat Penelitian	16
1.5 Sistematika Penulisan	17
BAB II KAJIAN PUSTAKA	19
2.1 Landasan Teori.....	19
2.1.1 Perilaku Konsumsi Islam	19
2.1.2 <i>Theory of Planned Behavior</i>	23
2.1.3 Teori Perilaku Konsumen	25
2.1.4 Labelisasi Halal.....	26
2.1.5 Pengetahuan Produk.....	29
2.1.6 Harga Produk	30
2.1.7 Keputusan Pembelian.....	32
2.2 Penelitian Terdahulu	35
2.3 Kerangka Pemikiran	40
2.4 Hipotesis Penelitian	41
2.4.1 Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian McDonald's.....	41
2.4.2 Pengaruh Pengetahuan Produk Terhadap Keputusan Pembelian McDonald's	42
2.4.3 Pengaruh Harga Produk Terhadap Keputusan Pembelian McDonald's.....	42
BAB III METODE PENELITIAN.....	44
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel.....	44
3.1.1 Variabel Penelitian.....	44
3.1.2 Definisi Operasional Variabel	44
3.2 Populasi dan Sampel.....	46
3.2.1 Populasi.....	46
3.2.2 Sampel	46
3.2.3 Teknik Pengambilan Sampel	47

3.3 Jenis dan Sumber Data.....	48
3.4 Metode Pengumpulan Data Penelitian.....	48
3.5 Metode Analisis Data Penelitian.....	49
3.5.1 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	49
3.5.2 Uji Asumsi Klasik.....	50
3.5.3 Uji Regresi Linier Berganda.....	52
3.5.4 Pengujian Hipotesis.....	53
BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN.....	55
4.1 Deskripsi Objek Penelitian	55
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	55
4.2 Gambaran Umum Responden.....	56
4.2.1 Data Responden Berdasarkan Usia.....	57
4.2.2 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	58
4.2.3 Data Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	59
4.2.4 Data Responden Berdasarkan Pendapatan.....	61
4.3 Metode Analisis Data.....	62
4.3.1 Uji Instrumen Data	62
4.3.2 Uji Asumsi Klasik.....	64
4.3.3 Uji Hipotesis.....	68
4.4 Pembahasan	73
4.4.1 Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian McDonald's.....	73
4.4.2 Pengaruh Pengetahuan Produk Terhadap Keputusan Pembelian McDonald's	75
4.4.3 Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian McDonald's	77
BAB 5 PENUTUP	80
5.1 Kesimpulan	80
5.2 Saran	80
5.3 Keterbatasan	81