

## DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN .....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI .....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....	v
<i>ABSTRACT</i> .....	vi
ABSTRAK .....	vii
KATA PENGANTAR .....	viii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR .....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	11
1.3 Tujuan Penelitian.....	11
1.4 Manfaat Penelitian.....	12
1.5 Sistematika Penulisan .....	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	16
2.1 Landasan Teori .....	16
2.1.1 <i>Consumer Choice</i> .....	16
2.1.2 Harga .....	23
2.1.3 Konsumsi Islami.....	25
2.1.4 <i>Purchase intention</i> .....	33
2.1.5 <i>Frozen food</i> .....	36
2.2 Hubungan Antar Variabel.....	37
2.2.1 Hubungan antara <i>Halal Awareness</i> terhadap <i>Purchase intention</i> .....	37
2.2.2 Hubungan antara <i>Thayyib Awareness</i> terhadap <i>Purchase intention</i> ....	37
2.2.3 Hubungan antara Harga terhadap <i>Purchase intention</i> .....	38
2.3 Penelitian Terdahulu.....	39
2.4 Kerangka Penelitian.....	43

2.5 Hipotesis .....	44
BAB III METODE PENELITIAN.....	45
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel.....	45
3.1.1 Variabel Penelitian .....	45
3.1.2 Definisi Operasional .....	46
3.2 Populasi dan Sampel.....	47
3.2.1 Populasi .....	47
3.2.2 Sampel .....	48
3.3 Jenis dan Sumber Data .....	49
3.3.1 Jenis Data.....	49
3.3.2 Sumber Data .....	49
3.4 Metode Pengumpulan Data .....	50
3.5 Metode Analisis .....	51
3.5.1 Structural Equation Modeling - Partial Least Squares (SEM PLS Algorithm) .....	51
3.5.2 Pengukuran Outer Model.....	54
3.5.3 Pengukuran <i>Inner Model</i> .....	55
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....	57
4.1 Deskripsi Obyek Penelitian .....	57
4.2 Deskripsi Karakteristik Responden .....	57
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	57
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili.....	58
4.3 Deskripsi Variabel Penelitian .....	59
4.3.1 Deskripsi Variabel <i>Halal Awareness</i> (X1) .....	59
4.3.2 Deskripsi Variabel <i>Thayyib Awareness</i> (X2) .....	60
4.3.3 Deskripsi Variabel Harga (X3).....	62
4.3.4 4.3.4 Deskripsi Variabel <i>Purchase intention</i> (Y1) .....	64
4.4 Analisis Data.....	66
4.4.1 Mengevaluasi Model Pengukuran (Outer Model).....	66
4.4.2 Mengevaluasi Model Pengukuran ( <i>Inner Model</i> ).....	70
4.4.3 Pengujian Hipotesis .....	71

4.4.4 Pembahasan .....	72
BAB V PENUTUP.....	77
5.1 Simpulan.....	77
5.2 Saran .....	78
DAFTAR PUSTAKA .....	80
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	90