

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRACT	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	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 Penelitian	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	13
2.1 Landasan Teori	13
2.1.1 Teori Perilaku Konsumen (<i>Consumer Behaviour</i>)	13
2.1.2 Perilaku Konsumen Islam	16
2.1.3 Keputusan Pembelian	18
2.1.4 Patronage Buying Motive	22
2.1.5 Patronage Intention	25
2.1.6 Sertifikasi Halal	25
2.1.7 Religiusitas	27
2.1.8 Persepsi Harga	30
2.1.9 Kualitas Pelayanan	32

2.2	Penelitian Terdahulu.....	34
2.3	Hubungan Antarvariabel	43
2.3.1	Pengaruh <i>Patronage Buying</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	43
2.3.2	Pengaruh Sertifikasi Halal terhadap Keputusan Pembelian	43
2.3.3	Pengaruh Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian	44
2.3.4	Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian.....	45
2.4	Kerangka Pemikiran	45
2.5	Hipotesis	46
3.1	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel.....	48
3.1.1	Variabel Penelitian.....	48
3.1.2	Definisi Operasional Variabel.....	49
3.2	Populasi dan Sampel.....	52
3.2.1	Populasi.....	52
3.2.2	Sampel	53
3.3	Jenis dan Sumber Data	54
3.3.1	Jenis Data	54
3.3.2	Sumber Data.....	55
3.4	Metode Pengumpulan Data	55
3.4.1	Kuesioner	55
3.4.2	Studi Literatur	56
3.5	Metode Analisis.....	57
3.5.1	Analisis Deskriptif	57
3.5.2	Uji Instrumen Data.....	61
3.5.2.1	Uji Validitas.....	61
3.5.2.2	Uji Reliabilitas	61
3.5.3	Deteksi Asumsi Klasik.....	62
3.5.3.1	Deteksi Normalitas	62
3.5.3.2	Deteksi Multikolinearitas	63
3.5.3.3	Deteksi Heteroskedastisitas	63
3.5.4	Uji Hipotesis	64

3.5.4.1	Analisis Regresi Linear Berganda	64
3.5.4.2	Uji Signifikansi Parsial (Uji-t).....	65
3.5.4.3	Uji Signifikansi Pengaruh Simultan (Uji-F).....	66
3.5.4.4	Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	67
BAB IV HASIL DAN ANALISIS.....		68
4.1	Deskripsi Obyek Penelitian	68
4.2	Gambaran Umum Responden.....	69
4.2.1	Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	70
4.2.2	Deskripsi Responden Berdasarkan Umur	70
4.2.3	Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	71
4.3	Analisis Data	72
4.3.1	Uji Statistik Deskriptif	73
4.3.2	Uji Instrumen Penelitian	79
4.3.3	Uji Asumsi Klasik.....	83
4.3.4	Analisis Regresi Berganda.....	86
4.3.5	Uji Hipotesis	88
4.4	Pembahasan	93
4.4.1	Pengaruh Patronage Buying Terhadap Keputusan Pembelian	93
4.4.2	Pengaruh Sertifikasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian	95
4.4.3	Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian	96
4.4.4	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian	98
BAB V PENUTUP.....		100
5.1	Kesimpulan.....	100
5.2	Saran	101
5.3	Keterbatasan Penelitian	102
DAFTAR PUSTAKA		104
LAMPIRAN.....		108