

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 Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	16
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	18
1.3.1 Tujuan Penelitian.....	18
1.3.2 Kegunaan Penelitian.....	18
1.4 Sistematika Penulisan.....	20
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	22
2.1 Landasan Teori.....	22
2.1.1 Perilaku Konsumsen.....	22
2.1.2 Teori Permintaan.....	26
2.1.3 Keputusan Pembelian.....	28
2.1.4 Gerakan Boikot.....	33
2.1.5 Etika Konsumsi dalam Islam.....	39
2.1.6 Teori Konformitas Sosial.....	42
2.1.7 Makanan Cepat Saji.....	47
2.2 Hubungan Antar Variabel.....	49
2.2.1 Hubungan Gerakan Boikot terhadap Keputusan Pembelian McDonald's di Kota Semarang.....	49
2.2.2 Hubungan Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian McDonald's di Kota Semarang.....	50

2.2.3 Hubungan Etika Konsumsi Islam sebagai Variabel Moderasi Pengaruh Boikot terhadap Keputusan Pembelian McDonald's di Kota Semarang.....	51
2.2.4 Hubungan Konformitas sebagai Variabel Moderasi Pengaruh Boikot terhadap Keputusan Pembelian McDonald's di Kota Semarang.....	52
2.3 Penelitian Terdahulu	53
2.4 Kerangka Pemikiran.....	59
BAB III METODE PENELITIAN	61
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel	61
3.1.1 Variabel Penelitian	61
3.1.2 Definisi Operasi.....	63
3.2 Populasi dan Sampel	66
3.2.1 Populasi	66
3.2.2 Sampel	67
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	69
3.3.1 Data Primer.....	69
3.3.2 Data Sekunder.....	70
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	70
3.4.1 Observasi	71
3.4.2 Studi Pustaka	71
3.4.3 Kuesioner.....	71
3.5 Metode Analisis	72
3.5.1 Analisis Deskriptif.....	73
3.5.2 Analisis <i>Structural Equation Model</i>	74
3.5.3 Tahapan Analisis Data.....	75
3.5.4 Konseptualisasi Model	77
3.5.5 Menentukan Metoda Analisis Algorithm	78
3.5.6 Menentukan Metode <i>Resampling</i>	78
3.5.7 Menggambar Diagram Jalur	79
3.5.8 Evaluasi Model	80
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	86
4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	86
4.2 Gambaran Umum Responden	89
4.2.1 Gambaran Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	89
4.2.2 Gambaran Umum Responden berdasarkan Domisili	90
4.2.3 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Usia	91

4.2.4	Gambaran Umum Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan	93
4.2.5	Gambaran Umum Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	94
4.2.6	Gambaran Umum Pembelian Terakhir Produk McDonald's oleh Responden	94
4.3	Analisis Deskriptif Variabel Penelitian.....	95
4.3.1	Analisis Deskriptif Variabel Gerakan Boikot.....	96
4.3.2	Analisis Deskriptif Variabel Harga	97
4.3.3	Analisis Deskriptif Variabel Etika Konsumsi Islam.....	98
4.3.4	Analisis Deskriptif Variabel Konformitas	99
4.3.5	Analisis Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian McDonald's	100
4.4	Analisis Data	101
4.4.1	Konseptualisasi Model	102
4.4.2	Menentukan Metode Analisis Algorithm	103
4.4.3	Menentukan Metode <i>Resampling</i>	104
4.4.4	Menggambar Diagram Jalur	104
4.4.5	Evaluasi Model	105
4.5	Pembahasan.....	120
4.5.1	Pengaruh Gerakan Boikot (GB) terhadap Keputusan Pembelian (Y) McDonald's di Kota Semarang	120
4.5.2	Pengaruh Harga (H) terhadap Keputusan Pembelian (Y) McDonald's di Kota Semarang	123
4.5.3	Pengaruh Etika Konsumsi Islam (IKI) sebagai Variabel Moderasi Gerakan Boikot (GB) terhadap Keputusan Pembelian (Y) McDonald's di Kota Semarang	126
4.5.4	Pengaruh Konformitas (K) sebagai Variabel Moderasi Gerakan Boikot (GB) terhadap Keputusan Pembelian (Y) McDonald's di Kota Semarang	128
BAB V	KESIMPULAN	131
5.1	Kesimpulan	131
5.2	Keterbatasan Penelitian.....	133
5.3	Saran.....	134
DAFTAR PUSTAKA		136
LAMPIRAN LAMPIRAN.....		149