

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
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.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	12
1.3 Tujuan Penelitian	13
1.4 Manfaat Penelitian	14
1.5 Sistematika Penulisan	14
BAB II TELAAH PUSTAKA	16
2.1 Landasan Teori.....	16
2.1.1 Teori Perilaku Konsumen	16
2.1.2 Teori Permintaan.....	20
2.1.3 Teori Perilaku Terencana (<i>Theory of Planned Behavior</i>)	21
2.1.4 Maqashid Syariah dalam Produk Halal.....	26
2.1.5 Niat Beli	28
2.1.6 Kesadaran Halal	31
2.1.7 Label Halal	33
2.1.8 Kualitas Produk.....	35
2.1.9 Promosi	36

2.1.10	Harga.....	37
2.2	Hubungan Antar Variabel	39
2.2.1	Hubungan Kesadaran Halal Terhadap Niat Beli.....	39
2.2.2	Hubungan Label Halal Terhadap Niat Beli.....	41
2.2.3	Hubungan Kualitas Produk Terhadap Niat Beli.....	43
2.2.4	Hubungan Promosi Terhadap Niat Beli	45
2.2.5	Hubungan Harga Terhadap Niat Beli.....	47
2.3	Penelitian Terdahulu	49
2.4	Kerangka Pemikiran Penelitian.....	67
2.5	Hipotesis.....	68
BAB III METODE PENELITIAN.....		70
3.1	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional.....	70
3.1.1	Variabel Penelitian.....	70
3.1.2	Definisi Operasional.....	71
3.2	Populasi dan Sampel.....	73
3.2.1	Populasi Penelitian.....	73
3.2.2	Sampel Penelitian	73
3.3	Jenis dan Sumber Data.....	77
3.4	Metode Pengumpulan Data.....	78
3.5	Metode Analisis	78
3.5.1	Analisis Deskriptif	78
3.5.2	Uji Validitas dan Reliabilitas Data.....	79
3.5.3	Deteksi Asumsi Klasik.....	80
3.5.4	Pengujian Hipotesis.....	81
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		85
4.1	Deskripsi Objek Penelitian.....	85
4.1.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	85
4.1.2	Gambaran Umum Responden	87
4.2	Analisis Data	90
4.2.1	Analisis Deskriptif	90
4.2.2	Uji Kualitas Instrumen	97

4.2.3	Deteksi Asumsi Klasik.....	99
4.2.4	Pengujian Hipotesis.....	104
4.3	Pembahasan.....	109
4.3.1	Pengaruh Kesadaran Halal Terhadap Niat Beli	109
4.3.2	Pengaruh Label Halal Terhadap Niat Beli	112
4.3.3	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Niat Beli	114
4.3.4	Pengaruh Promosi Terhadap Niat Beli.....	116
4.3.5	Pengaruh Harga Terhadap Niat Beli	118
BAB V PENUTUP.....		121
5.1	Simpulan	121
5.2	Keterbatasan Penelitian.....	123
5.3	Saran.....	123
DAFTAR PUSTAKA		125
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....		133

