

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
<i>ABSTRACT</i>	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	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Manfaat Penelitian.....	10
1.5 Sistematika Penulisan.....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	13
2.1 Landasan Teori	13
2.1.1 Teori Konsumsi.....	13
2.1.2 Teori Konsumsi Islam	14
2.1.3 Teori Permintaan.....	17
2.1.4 Teori Perilaku Konsumen	21
2.1.5 Konsep Kesadaran.....	23
2.1.6 Fiqh Halal.....	24
2.1.7 Kesediaan Membayar (<i>Willingness to Pay</i>)	27
2.1.8 Konsep <i>Contingent Valuation Method</i>	28
2.2 Hubungan Variabel Independen dengan Variabel Dependen	31
2.2.1 Hubungan Usia terhadap Kesediaan Membayar	31
2.2.2 Hubungan Pendapatan dengan Kesediaan Membayar	32
2.2.3 Hubungan <i>Awareness</i> terhadap Kesediaan Membayar	33

2.2.4	Hubungan Persepsi terhadap Kesiediaan Membayar	34
2.2.5	Hubungan Religiusitas terhadap Kesiediaan Membayar.	35
2.3	Penelitian Terdahulu.....	37
2.4	Kerangka Pemikiran	42
2.5	Hipotesis	45
BAB III	METODE PENELITIAN.....	46
3.1	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel.....	46
3.1.1	Variabel Penelitian	46
3.1.2	Definisi Operasional.....	46
3.2	Populasi, Sample dan Teknik Pengambilan Sample	48
3.3	Jenis Data dan Metode Pengumpulan Data	49
3.3.1	Data Primer	49
3.3.2	Data Sekunder	50
3.3.3	Metode Pengumpulan Data	50
3.4	Uji Validitas dan Reliabilitas	51
3.5	Metode Analisis.....	52
3.5.1	Analisis Statistik Deskriptif	52
3.5.2	Analisis <i>Contingent Valuation Method</i>	52
3.5.3	Analisis Faktor	55
3.5.4	Analisis Regresi Logit.....	58
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	66
4.1	Gambaran Umum	66
4.1.1	Gambaran Umum Wilayah Penelitian	66
4.1.2	Gambaran Umum Responden	67
4.2	Uji Validitas dan Reliabilitas	69
4.2.1	Uji Validitas	69
4.2.2	Uji Reliabilitas	71
4.3	Analisis Statistik Deskriptif.....	72
4.4	Analisis Contingent Valuated Method	76
4.4.1	Membangun Pasar Hipotesis.....	76
4.4.2	Menentukan Besaran Tawaran WTP	78
4.4.3	Menghitung Dugaan Nilai Rataan WTP	84

4.5	Analisis Faktor	86
4.5.1	Variabel <i>Awareness</i> (X3)	87
4.5.2	Variabel Persepsi (X4)	89
4.5.3	Variabel Religiusitas (X5).....	92
4.6	Analisis Regresi.....	97
4.6.1	Uji <i>Goodness of Fit</i>	98
4.6.2	Uji <i>Likelihood Ratio</i>	98
4.6.3	Uji Parsial.....	98
4.6.4	Interpretasi Hasil	99
BAB V PENUTUP.....		105
5.1	Kesimpulan.....	105
5.2	Keterbatasan Penelitian	106
5.3	Saran	107
DAFTAR PUSTAKA		109
LAMPIRAN.....		113