

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
<i>ABSTRAK</i>	vi
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR	xviii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xix
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.....	18
BAB II TELAAH PUSTAKA	21
2.1 Landasan Teori	21
2.1.1 Konsep Halal.....	21
2.1.2 Kaidah Halal Produk Makanan.....	23
2.1.3 Sertifikat Halal MUI.....	31
2.1.4 Perilaku Konsumen.....	38
2.1.5 Perilaku Konsumen dalam Perspektif Islam.....	51
2.1.6 Keputusan Pembelian	60
2.2 Penelitian Terdahulu.....	65
2.3 Hubungan Antar Variabel	70
2.3.1 Hubungan Antar Faktor Agama Terhadap Keputusan Pembelian.....	70

2.3.2 Hubungan Antar Faktor Sosial Terhadap Keputusan Pembelian.....	70
2.3.3 Hubungan Antar Faktor Pribadi Terhadap Keputusan Pembelian.....	71
2.3.4 Hubungan Antar Faktor Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian....	72
2.3.5 Hubungan Antar Faktor Agama, Faktor Sosial, Faktor Pribadi, dan Faktor Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian	73
2.4 Kerangka Pemikiran	70
2.5 Hipotesis Penelitian.....	74
BAB III METODE PENELITIAN.....	75
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel.....	75
3.1.1 Variabel Penelitian.....	75
3.1.2 Definisi Operasional Variabel	75
3.2 Populasi dan Sampel	79
3.2.1 Populasi.....	79
3.2.2 Sampel	79
3.3 Jenis dan Sumber Data	81
3.3.1 Data Primer	81
3.3.2 Data Sekunder.....	81
3.4 Metode Pengumpulan Data	81
3.5 Metode Analisis.....	84
3.5.1 Uji Instrumen	84
3.5.2 Analisis Statistik Deskriptif.....	87
3.5.3 Deteksi Asumsi Klasik.....	87
3.5.4 Regresi Linear Berganda	89
BAB IV HASIL DAN ANALISIS.....	93
4.1 Deskripsi Obyek Penelitian	93
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	93
4.1.2 Gambaran Umum Responden	95
4.2 Analisis Data	101
4.2.1 Statistik Deskriptif	101
4.2.2 Uji Instrumen	110

4.2.3 Uji Asumsi Klasik.....	125
4.2.4 Uji Hipotesis	129
4.3 Interpretasi Hasil	136
4.3.1 Pengaruh Faktor Agama terhadap Keputusan Membeli Produk Makanan Bersertifikat Halal pada Mahasiswa Muslim	137
4.3.2 Pengaruh Faktor Sosial terhadap Keputusan Membeli Produk Makanan Bersertifikat Halal pada Mahasiswa Muslim	138
4.3.3 Pengaruh Faktor Pribadi terhadap Keputusan Konsumen dalam Pembelian Produk Makanan Bersertifikat Halal pada Mahasiswa Muslim..	139
4.3.4 Pengaruh Faktor Psikologis terhadap Keputusan Membeli Produk Makanan Bersertifikat Halal pada Mahasiswa Muslim	141
AB V PENUTUP	143
5.1 Kesimpulan.....	143
5.2 Keterbatasan	145
5.3 Saran.....	145
DAFTAR PUSTAKA	147
LAMPIRAN.....	153