

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN SKRIPSI.....	i
PENGESEHAN KELULUSAN UJIAN	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRACK	vii
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GRAFIK	xvi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	11
1.3.1 Tujuan Penelitian	11
1.3.2 Manfaat Penelitian	12
1.4 Sistematika Penulisan.....	12
BAB II	14
TELAAH PUSTAKA.....	14
2.1 Landasan Teori dan Penelitian Terdahulu.....	14
2.1.1 Teori Perilaku Konsumsi	14
2.1.2 <i>Theory of planned behavior</i>	21
2.1.3 Keputusan Pembelian	23
2.1.4 Kesadaran Halal	25
2.1.5 Harga.....	27
2.1.6 Pelayanan.....	29

2.1.7	Religiusitas.....	31
2.2	Penelitian Terdahulu.....	33
2.3	Hubungan Antar Variabel	37
2.4	Kerangka Pemikiran Penelitian	39
2.5	Hipotesis penelitian	40
BAB III	42
METODE PENELITIAN	42
3.1	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	42
3.1.1	Variabel Penelitian	42
3.1.2	Definisi Operasional.....	43
3.2	Populasi dan Sampel	46
3.2.1	Populasi	46
3.2.2	Sampel.....	46
3.3	Jenis dan Sumber Data	48
3.3.1	Jenis Data	48
3.3.2	Sumber Data.....	48
3.4	Metode Pengumpulan Data	49
3.5	Metode Analisis Data	51
3.5.1	Uji Validitas	53
3.5.2	Uji Reliabilitas	53
3.5.3	Uji Asumsi Klasik.....	54
3.5.4	Analisis Regresi Linier Berganda	56
3.5.5	Uji Hipotesis (Uji <i>Godness Of Fit</i>)	57
BAB VI	60
HASIL DAN ANALISIS	60
4.1	Deskripsi Objek Penelitian	60
4.4.1	Sejarah Pendirian Ori Chick.....	60
4.2	Gambaran Umum Responden.....	61

4.2.1	Identitas Responden menurut Umur.....	62
4.2.2	Identitas Responden menurut Universitas.....	62
4.2.3	Identitas Responden menurut Pendapatan/ Uang Saku.....	63
4.2.4	Identitas Responden menurut Pendidikan Agama	63
4.3	Analisis Deskripsi Variabel Penelitian	64
4.3.1	Variabel Kesadaran halal	65
4.3.2	Variabel Harga	65
4.3.3	Variabel Pelayanan.....	66
4.3.4	Variabel Religiusitas	67
4.3.5	Variabel Keputusan Pembelian	68
4.4	Analisis Data Kuantitatif	69
4.4.1	Uji Validitas	69
4.4.2	Uji Reabilitas.....	77
4.4.3	Uji Asumsi Klasik	79
4.5	Uji Hipotesis Penelitian.....	85
4.5.1	Uji Regresi Linier Berganda	85
4.5.2	Uji Parsial (t).....	87
4.5.3	Uji Simultan (F)	89
4.5.4	Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	90
4.6	Interpretasi Hasil Penelitian	91
4.6.1	Pengaruh Kesadaran halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk OriChick.....	92
4.6.2	Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk OriChick 94	
4.6.3	Pengaruh Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk OriChick.....	96
4.6.4	Pengaruh Religiusitas Terhadap Keputusan Pembelian Produk OriChick.....	97
	BAB V.....	100
	PENUTUP.....	100

5.1	Kesimpulan.....	100
5.2	Keterbatasan	102
5.3	Saran	103
	DAFTAR PUSTAKA	105
	<i>LAMPIRAN I</i>	112
	<i>LAMPIRAN II.....</i>	119
	<i>LAMPIRAN III</i>	125
	<i>LAMPIRAN IV.....</i>	147

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Logo Halal Resmi MUI Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.	
Gambar 2. 2 Kerangka Pemikiran.....	37
Gambar 4. 1 Logo Resmi OriChick.....	58
Gambar 4. 2 Deteksi Normalitas Menggunakan Histogram.....	75
Gambar 4. 3 Deteksi Normalitas Menggunakan Normal-Plot	76
Gambar 4. 4 Deteksi Heterokedaksitas Menggunakan Grafik Scatterplot...	79

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Jumlah UMKM Penerima Fasilitas Sertifikasi Halal Dinas Koperasi dan UKM Tahun 2012-2018	4
Tabel 1. 2 Presentase Pengeluaran Perkapita Sebulan Konsumsi menurut Kelompok Komuditas 2015-2019	6
Tabel 1. 3 Data Portofolio OriChick	8
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	33
Tabel 3. 1 Skala Likert	49
Tabel 4. 1 Identitas Responden menurut Umur	59
Tabel 4. 2 Identitas Responden menurut Universitas.....	60
Tabel 4. 3 Identitas Responden menurut Pendapatan/ Uang Saku.....	60
Tabel 4. 4 Identitas Responden menurut Pendidikan Agama	61
Tabel 4. 5 Tanggapan Responden Melalui Kesadaran H.....	62
Tabel 4. 6 Tanggapan Responden Melalui Harga.....	63
Tabel 4. 7 Tanggapan Responden Melalui Pelayanan.....	63
Tabel 4. 8 Tanggapan Responden Melalui Religiusitas	65
Tabel 4. 9 Tanggapan Responden Melalui Keputusan Pembelian	66
Tabel 4. 10 Hasil Uji Validitas Kesadaran halal	67
Tabel 4. 11 Hasil Uji Validitas Harga.....	70
Tabel 4. 12 Hasil Uji Validitas Pelayanan.....	68
Tabel 4. 13 Hasil Uji Validitas Religiuitas	72
Tabel 4. 14 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian.....	73
Tabel 4. 15 Hasil Uji Reabilitas Kesadaran halal	78
Tabel 4. 16 Hasil Uji Reabilitas Harga.....	74
Tabel 4. 17 Hasil Uji Reabilitas Pelayanan.....	78
Tabel 4. 18 Hasil Uji Reabilitas Religiusitas	79
Tabel 4. 19 Hasil Uji Reabilitas Keputusan Pembelian	75

Tabel 4. 20 Hasil Uji Normalitas.....	74
Tabel 4. 21 Hasil Uji Multikolinieritas.....	77
Tabel 4. 22 Hasil Uji Heterokedaksitas	78
Tabel 4. 23 Hasil Uji Regresi Linier Berganda	80
Tabel 4. 24 Hasil Uji Parsial (t).....	82
Tabel 4. 25 Hasil Uji Simultan (F)	84
Tabel 4. 26 Hasil Uji Parsial (R²)	85

DAFTAR GRAFIK

LAMPIRAN I KUESIONER PENELITIAN.....	105
LAMPIRAN II DATA RESPONDEN PENELITIAN.....	112
LAMPIRAN III TABULASI DAN DATA PENELITIAN.....	128
LAMPIRAN IV DATA OLAH HASIL SPSS.....	140