

## DAFTAR ISI

PERSETUJUAN SKRIPSI .....	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN .....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI .....	iv
ABSTRACT .....	v
ABSTRAK .....	vi
MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....	vii
KATA PENGANTAR .....	viii
DAFTAR ISI .....	xi
DAFTAR TABEL .....	xv
DAFTAR GAMBAR .....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN .....	xvii
BAB 1 PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	9
1.3 Tujuan dan Kegunaan .....	10
1.3.1 Tujuan Penelitian .....	10
1.3.2 Kegunaan Penelitian .....	10
1.4 Sistematika Penulisan .....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	13
2.1 Landasan Teori .....	13
2.1.1 Teori Perilaku Konsumen .....	13
2.1.2 Teori Konsumsi Islam .....	18
2.1.3 Keputusan Pembelian .....	21
2.1.4 Labelisasi Halal .....	25
2.1.5 Harga .....	28
2.1.6 Kualitas Produk .....	31
2.2 Penelitian Terdahulu .....	36
2.3 Hubungan Antar Variable .....	48

2.3.1	Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian.....	48
2.3.2	Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	49
2.3.3	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	49
2.4	Kerangka pemikiran .....	50
2.5	Hipotesis .....	51
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>		<b>52</b>
3.1	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel.....	52
3.1.1	Variabel Penelitian .....	52
3.1.2	Definisi Operasional Variabel.....	53
3.2	Populasi dan Sampel .....	55
3.2.1	Populasi.....	55
3.2.2	Sampel.....	55
3.3	Jenis Dan Sumber Data .....	57
3.3.1	Jenis Data .....	57
3.3.2	Sumber Data.....	58
3.4	Metode Pengumpulan Data .....	59
3.4.1	Kuesioner .....	59
3.4.2	Studi Literatur .....	60
3.5	Metode Analisis.....	60
3.5.1	Analisis Deskriptif .....	60
3.5.2	Uji Instrumental Data.....	63
3.5.2.1	Uji Validitas .....	63
3.5.2.2	Uji Reliabilitas .....	63
3.5.3	Uji Asumsi Klasik.....	64
3.5.3.1	Uji Normalitas .....	64
3.5.3.2	Uji Multikolinearitas.....	65
3.5.3.3	Uji Heteroskedastisitas .....	65
3.5.4	Uji Hipotesis .....	66
3.5.4.1	Regresi Linier Berganda .....	66
3.5.4.2	Uji Signifikansi Parsial (Uji t) .....	67
3.5.4.3	Uji Signifikansi Pengaruh Simultan (Uji F) .....	67

3.5.4.4	Analisis Determinasi ( $R^2$ ) .....	68
3.5.4.5	Independen Sample t-test.....	68
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....		70
4.1	Deskripsi Hasil Penelitian .....	70
4.1.1	Gambaran Umum Objek Penelitian .....	70
4.1.2	Gambaran Umum Responden .....	71
4.1.2.1	Gambaran Umum Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	71
4.1.2.2	Gambaran Umum Responden Berdasarkan Umur.....	72
4.1.2.3	Gambaran Umum Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	73
4.1.2.4	Gambaran Umum Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir .	74
4.1.2.5	Gambaran Umum Berdasarkan Pendapatan per Bulan.....	75
4.1.3	Analisis Indeks Jawaban .....	75
4.1.3.1	Jawaban Responden Terhadap Variabel Labelisasi Halal (X1) .....	77
4.1.3.2	Jawaban Responden Terhadap Variabel Harga (X2).....	79
4.1.3.3	Jawaban Responden Terhadap Variabel Kualitas Produk (X3) .....	81
4.1.3.4	Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	83
4.2	Analisis Data .....	85
4.2.1	Uji Kualitas Data.....	85
4.2.1.1	Uji Validitas .....	85
4.2.1.2	Uji Reliabilitas .....	87
4.2.2	Uji Asumsi Klasik.....	88
4.2.2.1	Uji Normalitas .....	88
4.2.2.2	Uji Multikolinearitas.....	89
4.2.2.3	Uji Heterokedastisitas .....	90
4.2.3	Analisis Regresi Linear Berganda.....	91
4.2.4	Uji Goodness of Fit .....	93
4.2.4.1	Uji t (Uji Hipotesis Secara Parsial).....	93
4.2.4.2	Uji F (Pengujian hipotesis secara simultan) .....	95
4.2.4.3	Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	96
4.3	Pembahasan .....	97
BAB V PENUTUP.....		100

5.1	Kesimpulan.....	100
5.2	Keterbatasan penelitian .....	101
5.3	Saran.....	102
DAFTAR PUSTAKA .....		104
LAMPIRAN.....		107



**FEB UNDIP**