

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRACT.....	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	xi
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	14
1.4 Kegunaan Penelitian.....	14
1.5 Sistematika Penulisan	15
BAB II TELAAH PUSTAKA	21
2.1 Landasan Teori.....	21
2.1.1 Teori Perilaku Terencana (<i>Theory of Planned Behavior</i>).....	21
2.1.3 Konsep Makanan Halal	28
2.1.4 Religiusitas.....	29
2.1.5 Kesadaran Halal	31
2.1.6 Sertifikasi Halal.....	34
2.1.6.1 Logo Halal.....	36
2.1.6.2 Sejarah Logo Halal Indonesia	37
2.2 Penelitian Terdahulu	40
2.2.1 Perilaku Terencana (<i>Planed Behavior</i>) terhadap Niat Pembelian Produk Makanan Halal.	40
2.2.2 Religiusitas (<i>Religiosity</i>) terhadap Niat Pembelian Produk Makanan Halal.	40
2.2.3 Kesadaran Halal (<i>Halal awareness</i>) terhadap Niat Pembelian Produk Makanan Halal.	41
2.2.4 Sertifikasi Halal (<i>Halal Certification</i>) terhadap Niat Pembelian Produk Makanan Halal.	42
2.3 Hipotesis.....	52
2.4 Kerangka Pemikiran Teoritis	52
BAB III METODE PENELITIAN.....	53
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel	53
3.1.1 Variabel Penelitian	53
3.1.2 Definisi Operasional Variabel.....	54
3.2 Populasi dan Sampel	59
3.2.1 Populasi	59
3.2.2 Sampel.....	59

3.3 Jenis dan Sumber Data	60
3.4 Metode Pengumpulan Data	60
3.5 Metode Analisis	61
3.5.1 Pengujian Reliabilitas	61
3.5.2 Pengujian Validitas	62
3.5.3 Analisis <i>Structural Equational Modelling-Partial Least Square</i> (SEM-PLS)	63
3.5.4 Tahapan Analisis Data	65
BAB IV HASIL DAN ANALISIS.....	76
4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	76
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	76
4.1.2 Gambaran Umum Responden	76
4.2 Analisis Data	78
4.2.1 Pengujian Instrumen Penelitian.....	78
4.2.2 Analisis SEM-PLS	80
4.2.3 Pengujian Hipotesis.....	91
4.3 Pembahasan	96
4.3.1 Pengaruh Perilaku Terencana (PB) terhadap Niat Pembelian (PI) akan Produk Makanan Halal.....	96
4.3.2 Pengaruh Religiusitas (R) Terhadap Niat Pembelian (PI) akan Produk Makanan Halal.	97
4.3.3 Pengaruh Kesadaran Halal (HA) Terhadap Niat Pembelian (PI) akan Produk Makanan Halal.....	98
4.3.4 Pengaruh Sertifikasi Halal (HC) Terhadap Niat Pembelian (PI) akan Produk Makanan Halal.....	99
BAB V PENUTUP.....	101
5.1 Kesimpulan	101
5.2 Keterbatasan	102
5.3 Saran.....	103

