

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>PERSETUJUAN USULAN PENELITIAN .....</b>	<b>II</b>
<b>PERSETUJUAN SKRIPSI .....</b>	<b>III</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>VI</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>VIII</b>
<b>MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....</b>	<b>X</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>IX</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>XIV</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>XVI</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>XVII</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>XVIII</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	11
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	13
1.3.1 Tujuan Penelitian.....	13
1.4 Kegunaan Peneilitian.....	14
1.4.1 Aspek Teoritis.....	14
1.4.2 Aspek Praktis.....	14
1.5 Sistematika Penulisan.....	14
<b>BAB II TELAAH PUSTAKA.....</b>	<b>16</b>
2.1 Landasan Teori.....	16
2.1.1 Perilaku Konsumen.....	16
2.1.2 Perilaku Konsumen Islam.....	17
2.1.3 Theory Planned Behavior.....	19
2.1.4 Pasar Ritel.....	20
2.1.5 Sertifikasi Halal.....	21
2.1.6 Kasadaran Halal.....	21
2.1.7 Kualitas Produk.....	22
2.1.8 Persepsi Harga.....	22
2.1.9 Lokasi Penjualan.....	23
2.1.10 Minat Membeli.....	24
2.1.11 Keputusan Pembelian.....	25
2.2 Hubungan Antar Variabel.....	26
2.2.1 Hubungan Sertifikasi Halal terhadap Minat Membeli.....	26
2.2.2 Hubungan Sertifikasi Halal terhadap Keputusan Pembelian.....	26
2.2.3 Hubungan Kesadaran Halal terhadap Minat Membeli.....	27
2.2.4 Hubungan Kesadaran Halal terhadap Keputusan Pembelian.....	27

2.2.5 Hubungan Kualitas Produk terhadap Minat Membeli .....	27
2.2.6 Hubungan Kualitas Produk terhadap Keputusan Membeli .....	27
2.2.7 Hubungan Persepsi Harga terhadap Minat Membeli .....	28
2.2.8 Hubungan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian.....	28
2.2.9 Hubungan Lokasi Penjualan terhadap Minat Membeli.....	28
2.2.10 Hubungan Lokasi Penjualan dengan Keputusan Pembelian .....	28
2.2.11 Hubungan Minat Membeli terhadap Keputusan Pembelian .....	29
2.3 Penelitian Terdahulu.....	29
2.4 Kerangka Penelitian.....	40
2.5 Hipotesis Penelitian.....	40
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>42</b>
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel.....	42
3.1.1. Varibel Penelitian .....	42
3.1.2 Definisi Operasional Variabel .....	43
3.2 Populasi dan Sampel.....	48
3.2.1 Populasi.....	48
3.2.2 Sampel .....	48
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	49
3.3.1. Data Primer .....	49
3.3.2 Data Sekunder .....	49
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	49
3.5 Metode Analisis Data .....	50
3.5.1 Uji Instrumen Penelitian .....	50
3.5.2 Uji Statistik.....	50
3.5.3 Uji Asumsi Klasik.....	51
3.5.4 Path Analysis (Analisis Jalur).....	53
3.5.5 Analisi Pengaruh Mediasi .....	54
3.5.6 Alat Analisis .....	54
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN.....</b>	<b>56</b>
4.1 Deskripsi umum objek penelitian.....	56
4.1.1 Gambaran umum objek penelitian.....	56
4.1.2 Gambaran umum responden.....	58
4.2 Analisa Data .....	62
4.2.1 Uji Instrumen.....	62
4.2.2 Uji Statistik Deskriptif .....	65
4.2.3 Uji Regresi Linier Berganda.....	66
4.2.4 Uji Asumsi Klasik.....	74
4.2.5 Path Analisis.....	77
4.3 Pembahasan.....	84
4.3.1 Pengaruh Sertifikasi Halal terhadap Keputusan Pembelian melalui minat membeli. ....	84
4.3.2 Pengaruh Kesadaran Halal terhadap Keputusan Pembelian melalui Minat Membeli. ....	86
4.2.3 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian melalui Minat Membeli .....	87

4.2.4 Pengaruh Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian melalui Minat Membeli. ....	89
4.2.5 Pengaruh Lokasi Penjualan terhadap Keputusan Pembelian melalui Minat Membeli. ....	90
<b>BAB V PENUTUP</b> .....	<b>93</b>
5.1 Kesimpulan .....	93
5.2 Keterbatasan Penelitian .....	96
5.3 Saran.....	96
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	<b>98</b>
<b>LAMPIRAN</b> .....	<b>104</b>
<b>LAMPIRAN A KUESIONER</b> .....	<b>105</b>
<b>LAMPIRAN B DAFTAR JAWABAN RESPONDEN</b> .....	<b>113</b>
<b>LAMPIRAN OUTPUT EVIEWS 10</b> .....	<b>143</b>

