

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERSETUJUAN USULAN SKRIPSI	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRACT	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah.....	12
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	13
1.3.1 Tujuan Penelitian	13
1.3.2 Kegunaan Penelitian.....	14
1.4 Sistematika Penulisan	14
BAB II.....	16
TELAAH PUSTAKA.....	16
2.1 Landasan Teori	16
2.1.1 Teori Perilaku Konsumen	16
2.1.2 Teori Perilaku Konsumen Islam.....	17
2.1.3 Faktor Religiusitas	18
2.1.4 Faktor Psikologi	19
2.1.5 Faktor Sosial	19

2.1.6	Faktor Pribadi.....	19
2.1.7	Pemahaman Mengenai Puasa.....	20
2.1.8	Pemahaman Mengenai Bulan Ramadhan.....	21
2.1.9	Dasar Hukum Wajib Puasa Ramadhan	22
2.1.10	Aktivitas Konsumsi Selama Bulan Ramadhan	24
2.1.11	Memahami Konsumsi Secara Islam dan Konvensional.....	29
2.2	Penelitian Terdahulu	30
2.3	Hubungan Antar Variabel.....	42
2.3.1	Hubungan Antara Variabel Religiusitas Dengan Psikologi	42
2.3.2	Hubungan Antara Variabel Religiusitas Dengan Sosial	42
2.3.3	Hubungan Antara Variabel Religiusitas Dengan Pribadi.....	43
2.3.4	Hubungan Antara Variabel Religiusitas Dengan Perilaku Konsumsi... 43	
2.3.5	Hubungan Antara Variabel Psikologi Dengan Perilaku Konsumsi	44
2.3.6	Hubungan Antara Variabel Sosial Dengan Perilaku Konsumsi.....	45
2.3.7	Hubungan Antara Variabel Pribadi Dengan Perilaku Konsumsi.....	45
2.4	Kerangka Penelitian.....	47
BAB III.....		48
METODE PENELITIAN		48
3.1	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel	48
3.1.1	Variabel Penelitian.....	48
3.1.2	Definisi Operasional Variabel.....	49
3.2	Populasi dan Sampel Penelitian.....	52
3.2.1	Populasi Penelitian.....	52
3.2.2	Sampel Penelitian.....	52
3.3	Jenis dan Sumber Data Penelitian.....	53
3.3.1	Jenis Data Penelitian	53
3.3.2	Sumber Data Penelitian.....	53
3.4	Metode Pengumpulan Data.....	54
3.4.1	Kuesioner	54
3.4.2	Studi Literatur	55

3.5	Metode Analisis	55
3.5.1	Model Spesifikasi.....	56
3.5.2	Analisis Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	57
3.5.3	Analisis Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	59
3.5.4	Pengujian Hipotesis.....	60
BAB IV	61
HASIL DAN PEMBAHASAN	61
4.1	Deskripsi Objek Penelitian	61
4.1.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	61
4.1.2	Gambaran Umum Responden	62
4.1.3	Perilaku Konsumsi Masyarakat Kota Semarang Pada Ramadhan	73
4.2	Analisis Data.....	91
4.2.1	Analisis <i>Outer Model</i>	91
4.2.2	Analisis <i>Inner Model</i>	98
4.3	Interpretasi Hasil.....	106
4.3.1	Pengaruh Religiusitas terhadap Psikologi	106
4.3.2	Pengaruh Religiusitas terhadap Sosial	107
4.3.3	Pengaruh Religiusitas terhadap Pribadi	109
4.3.4	Pengaruh Religiusitas terhadap Perilaku Konsumsi	110
4.3.5	Pengaruh Psikologi terhadap Perilaku Konsumsi	111
4.3.6	Pengaruh Sosial terhadap Perilaku Konsumsi.....	113
4.3.7	Pengaruh Pribadi terhadap Perilaku Konsumsi.....	114
BAB V	116
PENUTUP	116
5.1	Kesimpulan.....	116
5.2	Keterbatasan	117
5.3	Saran.....	118