

## DAFTAR ISI

PERSETUJUAN SKRIPSI .....	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN .....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI .....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....	v
ABSTRACT .....	vi
ABSTRAK .....	vii
KATA PENGANTAR .....	viii
DAFTAR TABEL .....	xiv
DAFTAR GAMBAR .....	xv
DAFTAR LAMPIRAN .....	xvi
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	9
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian .....	10
1.3.1 Tujuan Penelitian .....	10
1.3.2 Kegunaan Penelitian .....	11
1.4 Sistematika Penulisan .....	12
<b>BAB II TELAAH PUSTAKA</b> .....	<b>14</b>
2.1 Landasan Teori dan Penelitian Terdahulu .....	14
2.1.1 Teori Perilaku Konsumen .....	14
2.1.2 Teori Konsumsi .....	15
2.1.3 Teori Konsumsi Islam .....	17
2.1.4 Keputusan Pembelian .....	20
2.1.5 Harga .....	23
2.1.6 Pendapatan .....	24
2.1.7 Harga Barang Substitusi .....	25
2.1.8 Label Halal .....	26
2.1.9 Kualitas Produk .....	28
2.1 Penelitian Terdahulu .....	30
2.2 Hubungan Antar Variabel .....	38
2.2.1 Hubungan Harga terhadap Keputusan Pembelian .....	38

2.2.2 Hubungan Pendapatan terhadap Keputusan Pembelian .....	39
2.2.3 Hubungan Harga Barang Substitusi terhadap Keputusan Pembelian .....	39
2.2.4 Hubungan Label Halal terhadap Keputusan Pembelian .....	40
2.2.5 Hubungan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian .....	41
2.3 Kerangka Pemikiran .....	42
2.4 Hipotesis Penelitian .....	42
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	<b>45</b>
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional .....	45
3.1.1 Variabel Penelitian .....	45
3.1.2 Definisi Operasional Variabel .....	45
3.2 Populasi dan Sampel .....	50
3.2.1 Populasi .....	50
3.2.2 Sampel .....	51
3.3 Jenis dan Sumber Data .....	51
3.3.1 Jenis Data .....	51
3.3.2 Sumber Data .....	52
3.4 Metode Pengumpulan Data .....	53
3.5 Metode Analisis Data .....	54
3.5.1 Analisis Deskriptif .....	54
3.5.2 Analisis Kuantitatif .....	55
3.5.3 Uji Statistik .....	59
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN</b> .....	<b>63</b>
4.1 Deskripsi Objek Penelitian .....	63
4.1.1 Gambaran Umum Minuman Halal Bersoda ( <i>Soft drinks</i> ) .....	63
4.2 Gambaran Umum Responden .....	64
4.2.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	64
4.2.2 Responden Berdasarkan Usia .....	65
4.2.3 Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan .....	66
4.2.4 Responden Berdasarkan Pendapatan atau Uang Saku per Bulan .....	66
4.2.5 Responden Berdasarkan Kota/Kabupaten .....	67
4.2.6 Responden Berdasarkan Membeli dan Tidak Membeli Minuman Halal <i>Soft drinks</i> .....	68
4.3 Analisis Data Indeks Jawaban Responden .....	70
4.3.1 Indeks Jawaban Responden terhadap Variabel Harga .....	71

4.3.2 Indeks Jawaban Responden terhadap Variabel Pendapatan .....	71
4.3.3 Indeks Jawaban Responden terhadap Variabel Harga Barang Substitusi .....	72
4.3.4 Indeks Jawaban Responden terhadap Variabel Label Halal.....	73
4.3.5 Indeks Jawaban Responden terhadap Variabel Kualitas Produk.....	73
4.4 Analisis Data Regresi Logistik Biner .....	76
4.4.1 Interpretasi Uji Kelayakan Model Regresi ( <i>Hosmer and Lemeshow Test</i> ) .....	76
4.4.2 Uji Keseluruhan Model ( <i>Overall Fit Model</i> ).....	77
4.4.3 Uji Koefisien Determinasi ( <i>Pseudo R Square</i> ).....	78
4.4.4 Uji Signifikansi Simultan ( <i>Omnibus Test</i> ).....	79
4.4.5 Uji Parsial Logistik ( <i>Wald Test</i> ) .....	80
4.5 Interpretasi Hasil Penelitian.....	83
4.5.1 Pengaruh Harga (X1) terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	83
4.5.2 Pengaruh Pendapatan (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	85
4.5.3 Pengaruh Harga Barang Substitusi (X3) terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	86
4.5.4 Pengaruh Label Halal (X4) terhadap Keputusan Pembelian (Y) .....	88
4.5.5 Pengaruh Kualitas Produk (X5) terhadap Keputusan Pembelian (Y)	89
<b>BAB V PENUTUP</b> .....	91
5.1 Kesimpulan .....	91
5.2 Keterbatasan Penelitian.....	91
5.3 Saran .....	92

**FEB UNDIP**