

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
PENGESAHAN KELULUSAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
ABSTRACT.....	vi
ABSTRAK.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	13
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	14
1.3.1 Tujuan Penelitian.....	14
1.3.2 Manfaat Penelitian.....	15
1.4 Sistematika Penulisan.....	15
BAB II TELAAH PUSTAKA.....	17
2.1 Landasan Teori.....	17
2.1.1 Teori Perilaku Konsumen.....	17
2.1.2 Keputusan Pembelian.....	20
2.1.3 Label Halal.....	25
2.1.4 Citra Merek.....	27
2.1.5 Persepsi Harga.....	30
2.2 Hubungan Antar Variabel.....	31
2.2.1 Hubungan antara Label Halal terhadap Keputusan Pembelian.....	31
2.2.3 Hubungan antara Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian...	32
2.3 Penelitian Terdahulu.....	33
2.4 Kerangka Pemikiran.....	37

2.5	Hipotesis.....	39
BAB III METODE PENELITIAN.....		40
3.1	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel.....	40
3.1.1	Variabel Penelitian.....	40
3.1.2	Definisi Operasional Variabel.....	42
3.2	Populasi dan Sampel.....	43
3.3	Jenis dan Sumber Data.....	45
3.4	Metode Pengumpulan Data.....	46
3.5	Metode Analisis Data.....	47
3.5.1	Analisis Deskriptif.....	47
3.5.2	Analisis Statistik.....	47
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....		53
4.1	Deskripsi Objek Penelitian.....	53
4.2	Gambaran Umum Responden.....	53
4.2.1	Gambaran Umum Responden Berdasarkan Usia.....	54
4.2.2	Gambaran Umum Responden Berdasarkan Kecamatan Tempat Tinggal.....	55
4.2.3	Gambaran Umum Responden Berdasarkan Pendidikan.....	56
4.2.4	Gambaran Umum Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	57
4.2.5	Gambaran Umum Responden Berdasarkan Pendapatan/Pemasukan...57	
4.3	Metode Analisis Data.....	58
4.3.1	Analisis Deskriptif.....	59
4.3.2	Pengujian <i>Outer Model</i> (Model Pengukuran).....	64
4.3.3	Pengujian <i>Inner Model</i> (Model Struktural).....	71
4.3.4	Pengujian Hipotesis.....	75
4.4	Pembahasan.....	76
4.4.1	Pengaruh label halal terhadap Keputusan Pembelian Produk Somethinc pada penduduk Muslim Kota Semarang.....	76
4.4.2	Pengaruh Citra Merek terhadap keputusan Pembelian Produk Somethinc.....	78
4.4.3	Pengaruh Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Somethinc pada Penduduk Muslim Kota Semarang.....	79
BAB V PENUTUP.....		80

5.1	Simpulan.....	80
5.2	Keterbatasan Penelitian.....	81
5.3	Saran.....	81

