

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
ABSTRACT	vi
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Kegunaan Penelitian	8
1.5 Sistematika Penulisan	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1. Landasan Teori	12
2.1.1 Teori Perilaku Konsumen	12
2.1.2 Teori Keputusan Pembelian	14
2.1.3 Konsep Halal	17
2.1.4 Konsep <i>Halal Awareness</i>	20
2.2 Penelitian Terdahulu	23
2.3 Kerangka Penelitian	30
2.3.1 Roadmap Penelitian	30
2.3.2 Matriks Operasionalisasi Variabel	31
BAB III METODE PENELITIAN	32
3.1 Jenis Penelitian	32
3.2 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel	32
3.3 Populasi dan Sampel	38
3.3.1 Populasi	38
3.3.2 Sampel	39

3.4 Jenis dan Sumber Data	40
3.4.1 Data Primer.....	40
3.4.2 Data Sekunder	41
3.5 Metode Pengumpulan Data	41
3.5.1 Kuesioner.....	41
3.5.2 Wawancara	42
3.6 Metode Analisis.....	43
3.6.1 Analisis Kuantitatif.....	43
3.6.2 Analisis Kualitatif.....	43
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	45
4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	45
4.1.1 Universitas Airlangga.....	46
4.1.2 Universitas Negeri Surabaya	46
4.1.3 Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.....	47
4.1.4 Universitas Islam Negeri Sunan Ampel	47
4.1.5 Institut Teknologi Sepuluh Nopember	48
4.2 Karakteristik Sosial Ekonomi Responden	48
4.3 Tingkat Fanatisme Konsumsi Kosmetik Halal.....	50
4.3.1 Pengguna Fanatik terhadap Kosmetik Bersertifikat Halal	52
4.3.2 Pengguna dengan Tingkat Fanatisme Sedang terhadap Kosmetik Bersertifikat Halal	53
4.3.3 Pengguna yang Tidak Fanatik terhadap Kosmetik Bersertifikat Halal	55
4.4 Tingkat Kesadaran Halal dalam Keputusan Pembelian Kosmetik.....	57
4.5 Faktor-Faktor yang Memengaruhi Tingkat Fanatisme Konsumen	62
4.6 Strategi yang dapat Dilakukan untuk Meningkatkan Kesadaran Halal.....	67
BAB V PENUTUP	75
5.1 Kesimpulan.....	75
5.2 Keterbatasan Penelitian	76
5.3 Saran	77
DAFTAR PUSTAKA	79
LAMPIRAN.....	85