

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL
PERSETUJUAN SKRIPSI.....	i
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	ii
PENYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iii
ABSTRACT	iv
ABSTRAK	v
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	14
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian	15
1.3.1 Tujuan Penelitian	15
1.3.2 Kegunaan Penelitian	16
1.4 Sistematika Penulisan	16
BAB II TELAAH PUSTAKA	18
2.1 Landasan Teori.....	18
2.1.1 Teori Perilaku Konsumen	18
2.1.2 Perilaku Konsumen Islam.....	21
2.1.3 Keputusan Pembelian.....	23
2.1.4 <i>Patronage Buying Motive</i>	27
2.1.5 Sertifikasi Halal	30
2.1.6 Religiusitas.....	32
2.1.7 Persepsi Harga	35
2.1.8 Kualitas Pelayanan.....	37
2.2 Penelitian Terdahulu	39
2.3 Hubungan Antarvariabel	47
2.3.1 Pengaruh <i>Patronage Buying</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	47
2.3.2 Pengaruh Sertifikasi Halal terhadap Keputusan Pembelian.....	47
2.3.3 Pengaruh Religiusitas terhadap Keputusan Pembelian.....	48
2.3.4 Pengaruh Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian.....	48
2.3.5 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian	49
2.4 Kerangka Pemikiran.....	50
2.5 Hipotesis.....	50
BAB III METODE PENELITIAN	52
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel	52
3.1.1 Variabel Penelitian	52
3.1.2 Definisi Operasional Variabel.....	53
3.2 Populasi dan Sampel	55
3.2.1 Populasi.....	55

3.2.2 Sampel.....	56
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	57
3.3.1 Jenis Data.....	57
3.3.2 Sumber Data.....	58
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	58
3.4.1 Kuesioner.....	58
3.4.2 Studi Literatur.....	59
3.5 Metode Analisis.....	59
3.5.1 Analisis Deskriptif.....	60
3.5.2 Uji Instrumen Data.....	62
3.5.3 Deteksi Asumsi Klasik.....	63
3.5.4 Uji Hipotesis.....	65
BAB IV HASIL DAN ANALISIS.....	69
4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	69
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	69
4.2 Gambaran Umum Responden.....	71
4.2.1 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Waktu Pembelian Produk Rumah Makan Wong Solo.....	72
4.2.2 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Usia.....	72
4.2.3 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	73
4.2.4 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	74
4.2.5 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Pendidikan.....	74
4.2.6 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Pendapatan.....	75
4.2.7 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Jarak Tempat Tinggal ke Rumah Makan Wong Solo.....	75
4.2.8 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Keadaan di Rumah Makan Wong Solo.....	76
4.3 Metode Analisis Data.....	77
4.3.1 Analisis Indeks Jawaban.....	77
4.3.2 Uji Instrumen Data.....	82
4.3.3 Deteksi Asumsi Klasik.....	84
4.3.4 Uji Hipotesis.....	89
4.4 Pembahasan.....	96
BAB V PENUTUP.....	103
5.1 Kesimpulan.....	103
5.2 Keterbatasan Penelitian.....	104
5.3 Saran.....	104
DAFTAR PUSTAKA.....	107
LAMPIRAN A KUESIONER PENELITIAN.....	115
LAMPIRAN B DATA RESPONDEN.....	122
LAMPIRAN C TABULASI DATA.....	127
LAMPIRAN D HASIL OLAH DATA SPSS.....	143

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Penduduk Muslim di Indonesia	1
Tabel 1.2 Total Pengeluaran Sektor Ekonomi Syariah di Indonesia	3
Tabel 1.3 Skor Indeks Makanan Halal di 15 Negara	3
Tabel 1.4 Restoran Bersertifikat Halal MUI	9
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	50
Tabel 3.1 Definisi Operasional dan Indikator	53
Tabel 3.2 Skala Likert Kuesioner	58
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Waktu Pembelian Produk Rumah Makan Wong Solo	72
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	73
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	73
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	74
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	74
Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	75
Tabel 4.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Jarak Tempat Tinggal ke Rumah Makan Wong Solo	76
Tabel 4.8 Karakteristik Responden Berdasarkan Keadaan di Rumah Makan Wong Solo	76
Tabel 4.9 Tanggapan Responden terhadap Variabel <i>Patronage Buying</i>	78
Tabel 4.10 Tanggapan Responden terhadap Variabel Sertifikasi Halal	78
Tabel 4.11 Tanggapan Responden terhadap Variabel Religiusitas	79
Tabel 4.12 Tanggapan Responden terhadap Variabel Persepsi Harga	80
Tabel 4.13 Tanggapan Responden terhadap Variabel Kualitas Pelayanan	81
Tabel 4.14 Tanggapan Responden terhadap Variabel Keputusan Pembelian	81
Tabel 4.15 Hasil Pengujian Validitas	82
Tabel 4.16 Hasil Pengujian Reliabilitas	84
Tabel 4.17 Deteksi Normalitas dengan Kolmogorov-Smirnov	87
Tabel 4.18 Hasil Deteksi Multikolinearitas	87
Tabel 4.19 Deteksi Heteroskedastisitas Dengan Rank Spearman	89
Tabel 4.20 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	90
Tabel 4.21 Hasil Uji Signifikansi Pengaruh Parsial (Uji-t)	92
Tabel 4.22 Hasil Uji Signifikansi Pengaruh Simultan (Uji-F)	94
Tabel 4.23 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	95

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Keterkaitan Pandangan Hidup, Kebutuhan, Keinginan, dan Perilaku	22
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran Penelitian	50
Gambar 4.1 Logo Rumah Makan Wong Solo.....	69
Gambar 4.2 Daftar Menu Rumah Makan Wong Solo	70
Gambar 4.3 Deteksi Normalitas dengan Histogram	85
Gambar 4.4 Deteksi Normalitas dengan Normal Probability Plot.....	86
Gambar 4.5 Deteksi Heteroskedastisitas dengan Scatterplot.....	88



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Kuesioner Penelitian.....	115
Lampiran B Data Responden	122
Lampiran C Tabulasi Data	127
Lampiran D Hasil Olah Data SPSS.....	143

