

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
HALAMAN PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
ABSTRACT.....	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	12
1.3 Tujuan Penelitian dan Kegunaan Penelitian	13
1.3.1 Tujuan Penelitian	13
1.3.2 Kegunaan Penelitian.....	14
1.4 Sistematika Penulisan	15
BAB II TELAAH PUSTAKA	18
2.1 Landasan Teori.....	18
2.1.1 Teori Perilaku Konsumen	18
2.1.2 Teori Perilaku Konsumen dalam Perspektif Islam.....	21
2.1.3 Sertifikasi Halal.....	24
2.1.4 Religiusitas.....	25
2.1.5 Kesan Harga (Perceived Price)	27
2.1.6 Kualitas Pelayanan	29
2.1.7 Keputusan Pembelian.....	31
2.2 Penelitian Terdahulu	32
2.3 Hubungan Antar Variabel	36
2.3.1 Hubungan Sertifikasi Halal terhadap Keputusan Pembelian	36
2.3.2 Hubungan Religiusitas terhadap Keputusan Pembelian	38

2.3.3	Hubungan Kesan Harga (Perceived Price) terhadap Keputusan Pembelian	41
2.3.4	Hubungan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian	43
2.4	Kerangka Penelitian	45
2.5	Hipotesis.....	47
BAB III	METODE PENELITIAN.....	48
3.1	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel	48
3.1.1	Variabel Penelitian	48
3.1.2	Operasional Variabel.....	49
3.2	Populasi dan Teknik Sampling.....	51
3.2.1	Populasi.....	51
3.2.2	Sampel.....	51
3.3	Jenis dan Sumber Data	53
3.3.1	Jenis Data	53
3.3.2	Sumber Data.....	53
3.4	Metode dan Teknik Pengumpulan Data.....	53
3.4.1	Angket (Kuesioner).....	54
3.5	Metode Analisis	55
3.5.1	Analisis Deskriptif	55
3.5.2	Uji Validitas	57
3.5.3	Uji Reliabilitas	59
3.6	Teknik Analisis Data.....	59
3.6.1	Uji Asumsi Klasik.....	59
3.6.2	Analisis Regresi Linear Berganda dan Uji Kelayakan Model ..	62
3.6.3	Uji Hipotesis	63
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	64
4.1	Deskripsi Objek Penelitian.....	64
4.1.1	Gambaran Waroeng Steak & Shake.....	64
4.1.2	Gambaran Umum Lokasi Penelitian	65
4.1.3	Gambaran Umum Responden Penelitian	66
4.2	Hasil Analisis Deskriptif	71
4.3	Uji Instrumen Penelitian	80
4.3.1	Hasil Uji Validitas.....	80
4.3.2	Hasil Uji Reabilitas Penelitian	85

4.4 Asumsi Klasik	86
4.4.1 Hasil Uji Normalitas	86
4.4.2 Hasil Uji Multikolinearitas	88
4.4.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas	89
4.5 Hasil Regresi Linear Berganda	91
4.6 Uji F (Simultan)	93
4.7 Hasil Koefisien Derterminasi	94
4.8 Hasil Uji t	96
4.9 Pembahasan	98
4.9.1 Pengaruh Sertifikasi Halal (X1) terhadap Keputusan Pembelian (Y)	98
4.9.2 Pengaruh Religiusitas (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y)	100
4.9.3 Pengaruh Kesan Harga (X3) terhadap Keputusan Pembelian (Y)	103
4.9.4 Pengaruh Kualitas Pelayanan (X4) terhadap Keputusan Pembelian (Y)	106
BAB V PENUTUP	110
5.1 Kesimpulan	110
5.2 Keterbatasan	111
5.3 Saran	112
DAFTAR PUSTAKA	114
LAMPIRAN	123

