

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL
PERSETUJUAN SKRIPSI.....	I
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	II
PERNYATAAN ORISIONALITAS 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.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	11
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian	12
1.3.1 Tujuan Penelitian.....	12
1.3.2 Kegunaan Penelitian.....	12
1.4 Sistematika Penelitian	13
BAB II TELAAH PUSTAKA	15
2.1 Landasan Teori	15
2.1.1 Teori Perilaku Konsumen.....	15
2.1.2 Perilaku Konsumen dalam Perspektif Islam.....	18
2.1.3 Kesadaran Halal.....	21
2.1.4 <i>Islamic Branding</i>	23
2.1.5 Lokasi.....	26
2.1.6 Kualitas Pelayanan.....	27
2.1.7 Keputusan Pembelian.....	29
2.2 Hubungan Antar Variabel	31
2.2.1 Hubungan Kesadaran Halal terhadap Keputusan Pembelian.....	31
2.2.2 Hubungan <i>Islamic Branding</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	31
2.2.3 Hubungan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian.....	32
2.2.4 Hubungan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian.....	33
2.3 Penelitian Terdahulu	33
2.4 Kerangka Penelitian	38
2.5 Hipotesis	39
BAB III METODE PENELITIAN	41
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel	41
3.1.1 Variabel Penelitian.....	41
3.1.2 Definisi Operasional Variabel.....	42
3.2 Populasi dan Sampel	43
3.2.1 Populasi.....	43

3.2.2 Sampel.....	43
3.3 Jenis dan Sumber Data	45
3.3.1 Jenis Data.....	45
3.3.2 Sumber Data.....	46
3.4 Metode Pengumpulan Data	46
3.4.1 Studi Pustaka.....	46
3.4.2 Kuesioner.....	47
3.5 Deskripsi Variabel Penelitian.....	47
3.6 Metode Analisis.....	49
3.6.1 Uji Validitas.....	49
3.6.2 Uji Reliabilitas.....	50
3.6.3 Uji Asumsi Klasik.....	50
3.6.4 Uji Hipotesis.....	53
BAB IV HASIL DAN ANALISIS.....	56
4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	56
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	56
4.2 Gambaran Umum Responden.....	58
4.2.1 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Usia.....	59
4.2.2 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	59
4.2.3 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	60
4.2.4 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	61
4.2.5 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Pendapatan/ Uang Saku per bulan.....	61
4.3 Deskripsi Variabel Penelitian.....	62
4.3.1 Indeks Jawaban Responden terhadap Variabel Kesadaran Halal.....	63
4.3.2 Indeks Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Islamic Branding</i>	64
4.3.3 Indeks Jawaban Responden terhadap Variabel Lokasi.....	65
4.3.4 Indeks Jawaban Responden terhadap Variabel Kualitas Pelayanan.....	65
4.3.5 Indeks Jawaban Responden terhadap Variabel Keputusan Pembelian..	66
4.4 Metode Analisis.....	67
4.4.1 Uji Validitas.....	67
4.4.2 Uji Reliabilitas.....	68
4.4.3 Uji Asumsi Klasik.....	69
4.4.4 Uji Hipotesis.....	74
4.5 Pembahasan.....	80
BAB V PENUTUP.....	87
5.1 Kesimpulan.....	88
5.2 Keterbatasan Penelitian.....	88
5.3 Saran.....	89
DAFTAR PUSTAKA	91
LAMPIRAN A KUESIONER PENELITIAN.....	98
LAMPIRAN B DATA RESPONDEN.....	104
LAMPIRAN C TABULASI DATA.....	108
LAMPIRAN D HASIL OLAH DATA SPSS.....	112