

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN SKRIPSI.....	i
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRACT	vii
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GRAFIK	xvi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	11
1.3.1 Tujuan Penelitian	11
1.3.2 Manfaat Penelitian	12
1.4 Sistematika Penulisan.....	12
BAB II	14
TELAAH PUSTAKA.....	14
2.1 Landasan Teori dan Penelitian Terdahulu.....	14
2.1.1 Teori Perilaku Konsumsi	14
2.1.2 <i>Theory of planned behavior</i>	21
2.1.3 Keputusan Pembelian	23
2.1.4 Kesadaran Halal	25
2.1.5 Harga.....	27
2.1.6 Pelayanan.....	29

2.1.7	Religiusitas.....	31
2.2	Penelitian Terdahulu.....	33
2.3	Hubungan Antar Variabel	37
2.4	Kerangka Pemikiran Penelitian	39
2.5	Hipotesis penelitian	40
BAB III		42
METODE PENELITIAN		42
3.1	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	42
3.1.1	Variabel Penelitian	42
3.1.2	Definisi Operasional.....	43
3.2	Populasi dan Sampel	46
3.2.1	Populasi.....	46
3.2.2	Sampel.....	46
3.3	Jenis dan Sumber Data	48
3.3.1	Jenis Data	48
3.3.2	Sumber Data.....	48
3.4	Metode Pengumpulan Data	49
3.5	Metode Analisis Data	51
3.5.1	Uji Validitas	53
3.5.2	Uji Reliabilitas	53
3.5.3	Uji Asumsi Klasik.....	54
3.5.4	Analisis Regresi Linier Berganda	56
3.5.5	Uji Hipotesis (Uji <i>Godness Of Fit</i>)	57
BAB VI		60
HASIL DAN ANALISIS		60
4.1	Deskripsi Objek Penelitian	60
4.4.1	Sejarah Pendirian Ori Chick.....	60
4.2	Gambaran Umum Responden.....	61

4.2.1	Identitas Responden menurut Umur.....	62
4.2.2	Identitas Responden menurut Universitas.....	62
4.2.3	Identitas Responden menurut Pendapatan/ Uang Saku.....	63
4.2.4	Identitas Responden menurut Pendidikan Agama	63
4.3	Analisis Deskripsi Variabel Penelitian.....	64
4.3.1	Variabel Kesadaran halal	65
4.3.2	Variabel Harga	65
4.3.3	Variabel Pelayanan.....	66
4.3.4	Variabel Religiusitas	67
4.3.5	Variabel Keputusan Pembelian	68
4.4	Analisis Data Kuantitatif	69
4.4.1	Uji Validitas	69
4.4.2	Uji Reabilitas.....	77
4.4.3	Uji Asumsi Klasik.....	79
4.5	Uji Hipotesis Penelitian.....	85
4.5.1	Uji Regresi Linier Berganda	85
4.5.2	Uji Parsial (t).....	87
4.5.3	Uji Simultan (F)	89
4.5.4	Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	90
4.6	Interpretasi Hasil Penelitian	91
4.6.1	Pengaruh Kesadaran halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk OriChick.....	92
4.6.2	Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk OriChick.....	94
4.6.3	Pengaruh Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk OriChick.....	96
4.6.4	Pengaruh Religiusitas Terhadap Keputusan Pembelian Produk OriChick.....	97
BAB V		100
PENUTUP		100

5.1	Kesimpulan.....	100
5.2	Keterbatasan	102
5.3	Saran	103
DAFTAR PUSTAKA.....		105
LAMPIRAN I		112
LAMPIRAN II.....		119
LAMPIRAN III.....		125
LAMPIRAN IV.....		147



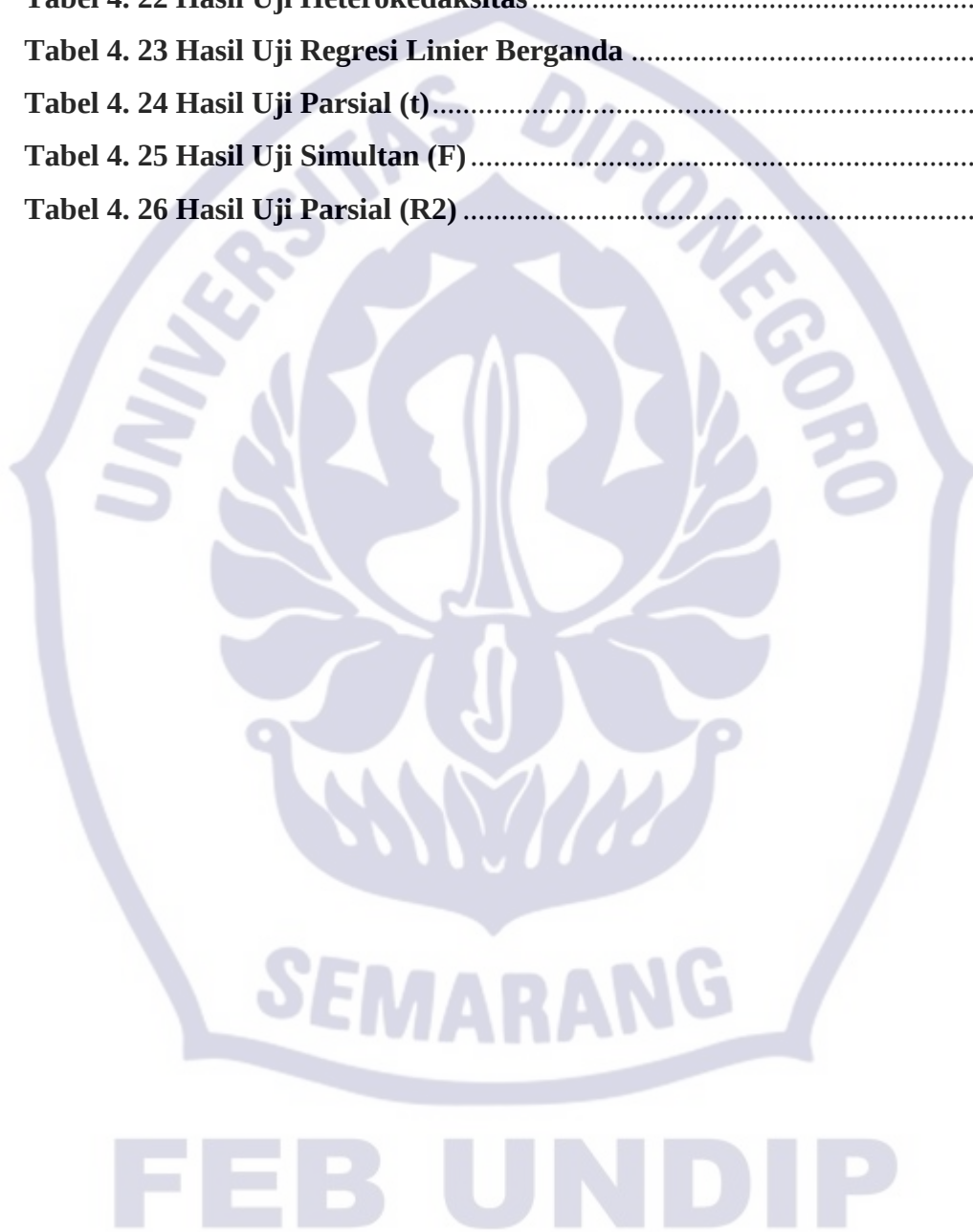
DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Logo Halal Resmi MUI Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.	
Gambar 2. 2 Kerangka Pemikiran.....	37
Gambar 4. 1 Logo Resmi OriChick.....	58
Gambar 4. 2 Deteksi Normalitas Menggunakan Histogram.....	75
Gambar 4. 3 Deteksi Normalitas Menggunakan Normal-Plot	76
Gambar 4. 4 Deteksi Heterokedaksitas Menggunakan Grafik Scatterplot...	79

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Jumlah UMKM Penerima Fasilitas Sertifikasi Halal Dinas Koperasi dan UKM Tahun 2012-2018	4
Tabel 1. 2 Presentase Pengeluaran Perkapita Sebulan Konsumsi menurut Kelompok Komuditas 2015-2019.....	6
Tabel 1. 3 Data Portofolio OriChick	8
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	33
Tabel 3. 1 Skala Likert	49
Tabel 4. 1 Identitas Responden menurut Umur.....	59
Tabel 4. 2 Identitas Responden menurut Universitas.....	60
Tabel 4. 3 Identitas Responden menurut Pendapatan/ Uang Saku.....	60
Tabel 4. 4 Identitas Responden menurut Pendidikan Agama	61
Tabel 4. 5 Tanggapan Responden Melalui Kesadaran H.....	62
Tabel 4. 6 Tanggapan Responden Melalui Harga.....	63
Tabel 4. 7 Tanggapan Responden Melalui Pelayanan.....	63
Tabel 4. 8 Tanggapan Responden Melalui Religiusitas	65
Tabel 4. 9 Tanggapan Responden Melalui Keputusan Pembelian.....	66
Tabel 4. 10 Hasil Uji Validitas Kesadaran halal	67
Tabel 4. 11 Hasil Uji Validitas Harga.....	70
Tabel 4. 12 Hasil Uji Validitas Pelayanan.....	68
Tabel 4. 13 Hasil Uji Validitas Religiuitas	72
Tabel 4. 14 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian.....	73
Tabel 4. 15 Hasil Uji Reabilitas Kesadaran halal	78
Tabel 4. 16 Hasil Uji Reabilitas Harga.....	74
Tabel 4. 17 Hasil Uji Reabilitas Pelayanan.....	78
Tabel 4. 18 Hasil Uji Reabilitas Religiusitas	79
Tabel 4. 19 Hasil Uji Reabilitas Keputusan Pembelian	75

Tabel 4. 20 Hasil Uji Normalitas.....	74
Tabel 4. 21 Hasil Uji Multikolinieritas.....	77
Tabel 4. 22 Hasil Uji Heterokedaksitas.....	78
Tabel 4. 23 Hasil Uji Regresi Linier Berganda	80
Tabel 4. 24 Hasil Uji Parsial (t).....	82
Tabel 4. 25 Hasil Uji Simultan (F).....	84
Tabel 4. 26 Hasil Uji Parsial (R²).....	85



DAFTAR GRAFIK

LAMPIRAN I KUESIONER PENELITIAN.....	105
LAMPIRAN II DATA RESPONDEN PENELITIAN.....	112
LAMPIRAN III TABULASI DAN DATA PENELITIAN.....	128
LAMPIRAN IV DATA OLAH HASIL SPSS.....	140