

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	
SURAT PERNYATAAN.....	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
ABSTRACT	iii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian.....	8
D. Kontribusi Penelitian.....	9
1. Kontribusi Teoritis.....	9
2. Kontribusi Praktis.....	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA, RERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS.....	10
A. KAJIAN PUSTAKA.....	10
1. Manajemen Pemasaran.....	10
2. Perilaku Konsumen.....	11
3. Keputusan Pembelian	12
3.1 Pengertian Keputusan Pembelian	12
3.2 Faktor – faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	13
3.3 Dimensi Keputusan Pembelian.....	17
4. Label Halal	19
4.1 Pengertian Label Halal	19
4.2 Dimensi Label Halal.....	21
5. Kesadaran Halal.....	22

5.1	Pengertian Kesadaran Halal	22
5.2	Dimensi Kesadaran Halal	23
6.	Penelitian Terdahulu.....	24
B.	Rerangka Pemikiran.....	29
C.	Hipotesis dan Hubungan Antar Variabel	30
1.	Hubungan Antara Label Halal dengan Keputusan Pembelian	30
2.	Hubungan Antara Kesadaran Halal dengan Keputusan Pembelian.	30
BAB III METODE PENELITIAN.....		31
A.	Waktu dan Tempat Penelitian	31
B.	Desain Penelitian.....	31
C.	Definisi Operasional Variabel.....	31
D.	Skala Pengukuran Variabel.....	33
E.	Populasi dan Sampel Penelitian	34
1.	Populasi Penelitian	34
2.	Sampel Penelitian.....	34
F.	Jenis Data	35
G.	Metode Pengumpulan Data.....	35
H.	Metode Analisis Data.....	35
1.	Analisis Deskriptif.....	35
a.	Deskripsi Responden	35
b.	Deskripsi Jawaban/Kuesioner.....	36
2.	Analisis <i>Partial Least Square (PLS)</i>	36
a.	Evaluasi <i>Measurement (outer) Model</i>	37
1.	<i>Convergent Validity</i>	37
2.	<i>Discriminant Validity</i>	37
3.	<i>Composite Reliability and Cronbach's Alpha</i>	38
b.	Pengujian Model Struktural/Uji Hipotesis (<i>Inner Model</i>)	38
1.	Nilai <i>Goodness of Fit Model</i>	39
2.	Hasil Pengujian Hipotesis (Estimasi Koefisien Jalur)	39
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		41
A.	Gambaran Umum Perusahaan	41

B. Karakteristik Responden	41
1. Jenis Kelamin	41
2. Umur	42
3. Pendidikan Formal Terakhir	43
4. Jumlah Pengeluaran Per Bulan	43
C. Deskripsi Variabel	44
1. Keputusan Pembelian	44
2. Label Halal	45
3. Kesadaran Halal	46
D. Hasil Analisis Data	47
1. Evaluasi <i>Measurement Model (Outer Model)</i>	48
a. <i>Convergent Validity</i>	48
b. <i>Discriminant Validity</i>	49
c. <i>Composite Reliability and Cronbach's Alpha</i>	52
2. Pengujian Model Struktural/Uji Hipotesis (<i>Inner Model</i>)	53
a. Nilai <i>R – Square</i>	53
b. <i>Goodness of Fit Model</i>	53
c. Hasil Pengujian Hipotesis (Estimasi Koefisien Jalur)	54
E. Pembahasan	56
1. Pengaruh Label Halal terhadap Keputusan Pembelian	56
2. Pengaruh Kesadaran Halal terhadap Keputusan Pembelian	57
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	58
A. Simpulan	58
B. Saran	58
DAFTAR PUSTAKA	60