

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	ii
ABSTRAK	iii
KATA PEGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah penelitian	14
C. Tujuan dan Kontribusi Penelitian	14
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	
A. Kajian Pustaka	16
1. Keputusan Pembelian.....	16
a. Definisi Keputusan Pembelian.....	16
2. Konsep Keputusan pembelian	17
3. Dimensi Keputusan Pembelian	20
4. Label Halal	22
a. Definisi Label Halal	22
b. Indikator Label Halal	24
5. Kualitas Produk.....	25
a. Definisi Kualitas Produk.....	25
b. Dimensi Kualitas Produk	26
c. Indikator Kualitas Produk	28
6. Persepsi Harga	30
a. Definisi Persepsi Harga.....	30
b. Dimensi Stratejik Persepsi Harga	30

c. Indikator Persepsi Harga.....	32
B. Kajian Riset Terdahulu	33
C. Hubungan Antar Variabel	38
D. Rerangka Konseptual	39
E. Hipotesis	40

BAB III METODE PENELITIAN

A. Waktu dan Tempat Penelitian.....	41
B. Desain Penelitian	41
C. Definisi dan Operasional Variable.....	42
1. Variable Bebas (<i>Independent variable</i>)	42
2. Variable Terikat (<i>Dependent Variable</i>).....	43
D. Skala Pengukuran Variabel.....	44
E. Populasi dan Sample Penelitian.....	45
F. Jenis dan Sumber Data.....	47
1. Data Primer	47
2. Data Sekunder	47
3. Teknik Pengumpulan Data.....	48
G. Metode Analisis	48
1. Analisis Deskriptif	49
2. Partial Least Square (Smart-PLS Versi 3.0)	49
a. Evaluasi <i>Measurement Model (Outer Model)</i>	51
b. Uji Reliabilitas	53
c. Evaluasi <i>Structural Model (Inner Model)</i>	54
d. Evaluasi Pengujian Hipotesa.....	56

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum.....	57
1. Visi dan Misi Restoran Solaria	58
B. Hasil Uji Statistik Deskriptif.....	58
1. Karakteristik Responden	58

2.	Analisis Deskriptif Variabel.....	61
C.	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel.....	67
1.	Hasil Uji Validitas.....	67
a.	<i>Convergent Validity</i>	67
b.	Modifikasi <i>Convergent Validity</i>	70
c.	<i>Discriminant Validity</i>	72
2.	Hasil Uji Reliabilitas	74
D.	Hasil Evaluasi Struktural Model (Inner Model)	76
1.	Nilai <i>R-Square (R²)</i>	76
2.	Nilai <i>Predictive Relevance(Q²)</i>	77
3.	Nilai <i>Goodness Of Fit (GoF)</i>	77
E.	Evaluasi Hasil Hipotesis Penelitian	78
F.	Analisis Hasil Penelitian	81
1.	Analisis Hubungan Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian	81
2.	Analisis Hubungan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	82
3.	Analisis Hubungan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian..	83
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		
A.	Kesimpulan.....	86
B.	Saran	86
1.	Saran praktis.....	86
2.	Saran teoritis	87
DAFTAR PUSTAKA		89
LAMPIRAN.....		93