

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	ii
ABSTRACT	iii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	20
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	21
1. Tujuan Penelitian	21
2. Manfaat Penelitian	21
BAB II KAJIAN PUSTAKA, RERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	
A. Kajian Pustaka	23
1. Perilaku Konsumen	23
2. Minat Beli	27

3. <i>Electronic Word of Mouth</i>	32
4. Labelisasi Halal	34
5. Persepsi Harga	36
B. Penelitian Terdahulu	38
C. Hubungan Antar Variabel	39
D. Rerangka Pemikiran	40
E. Hipotesis	41
BAB III METODELOGI PENELITIAN	
A. Waktu dan Tempat Penelitian	43
B. Desain Penelitian	43
C. Definisi dan Operasional Variabel	44
1. Definisi Variabel	44
2. Definisi Operasional Variabel	45
D. Pengukuran Variabel	47
E. Jenis Data	48
F. Populasi dan Sampel Penelitian	48
1. Populasi	48
2. Sampel	48
G. Teknik Pengumpulan Data	49
H. Metode Analisis Data	50
1. Analisis Deskriptif	50
2. Deskripsi Responden	51
3. Deskripsi Jawaban/Kuesioner	51

4. Analisis Partial Least Square	51
5. Langkah-Langkah Pengujian Analisis PLS	52
a. Evaluation Measurement Model	52
b. Model Struktural atau Uji Hipotesis	53

BAB IV METODELOGI PENELITIAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian	56
B. Statistik Deskriptif	57
1. Jenis Kelamin	57
2. Usia	57
3. Pekerjaan	58
4. Pengeluaran Perbulan	59
C. Deskriptif Jawaban Responden	59
1. Variabel <i>Electronic Word of Mouth</i>	59
2. Variabel Labelisasi Halal	61
3. Variabel Persepsi Harga	62
4. Variabel Minat Beli	63
D. Metode Analisis Data Partial Least Square	64
1. Evaluasi <i>Measurement Model (Outer Model)</i>	64
a. <i>Convergent Validity</i>	65
b. <i>Discriminant Validity</i>	69
c. <i>Average Extracted Variance (AVE)</i>	71
d. <i>Composite Reliability</i>	72
2. Pengujian Model Struktur atau Uji Hipotesis (<i>Inner Model</i>).	72

a. Nilai <i>R-Square</i>	73
b. <i>Goodness of Fit Model</i>	73
c. Hasil Pengujian Hipotesis	74
E. Pembahasan	75
1. Pengaruh <i>Electronic Word of Mouth</i> terhadap Minat Beli	75
2. Pengaruh Labelisasi Halal terhadap Minat Beli	76
3. Pengaruh Persepsi Harga terhadap Minat Beli	77
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan	79
B. Saran	80
DAFTAR PUSTAKA	83
LAMPIRAN	

