

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI.....	iii
ABSTRAKSI.....	iv
MOTTO.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Manfaat Penelitian.....	8

BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
A. Landasan Teori	9
B. Penelitian Terdahulu.....	38
C. Hubungan Antar Variabel.....	44
D. Kerangka Konseptual.....	47
E. Hipotesis Penelitian.....	48
BAB III METODE PENELITIAN.....	50
A. Rancangan Penelitian.....	50
B. Populasi	51
C. Sampel dan Besaran Sampel.....	51
D. Jenis Data Penelitian.....	52
E. Klasifikasi Variabel Penelitian.....	52
F Definisi Operasional Penelitian.....	54
G. Uji Validitas dan Realibilitas.....	57
H. Metode Analisis Data.....	62
I. Uji Hipotesis.....	68

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	74
A. Analisis Karakteristik Responden.....	74
B. Analisis Deskriptif Variabel Penelitian.....	76
C. Analisis Kuantitatif Variabel Penelitian.....	81
D. Pembahasan.....	86
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	102
A. Kesimpulan	102
B. Saran/.....	103
DAFTAR PUSTAKA.....	105
LAMPIRAN	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Produk Berlabel Halal Dilihat Dari Asal Produk.....	2
Gambar 1.2 Tingkat Popularitas/Data Berdasarkan Perolehan <i>Top Brand</i>	3
Gambar 1.3 Tingkat Penjualan Brand Impor Dibanding Brand Lokal.....	6
Gambar 2.1 Model Perilaku Konsumen.....	10
Gambar 2.2 Tahap-Tahap Proses Pengambilan Keputusan Pembelian.....	14
Gambar 2.3 Hal-hal yang Dipertimbangkan dalam Menetapkan Harga.....	37
Gambar 2.4 Kerangka Konseptual.....	47
Gambar 3.1 Analisis Full Model.....	65
Gambar 4.1 Full Model <i>Structural Equationing Modeling</i>	82

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	40
Tabel 3.1 Uji Validitas Variabel Penelitian.....	58
Tabel 3.2 <i>Construct Reliability</i> dan <i>AVE (Average Variance Extracted)</i>	61
Tabel 3.3 Model Persamaan Struktural.....	66
Tabel 3.4 Model Pengukuran.....	66
Tabel 4.1 Karakteristik Responden.....	74
Tabel 4.2 Penilaian Variabel Kategori Kualitas Produk.....	76
Tabel 4.3 Penilaian Variabel Kategori Harga.....	77
Tabel 4.4 Penilaian Variabel Kategori Citra Merek.....	78
Tabel 4.5 Penilaian Variabel Kategori Keputusan Pembelian.....	80
Tabel 4.6 <i>Goodness of Fit Index</i>	82
Tabel 4.7 Evaluasi Normalitas Data.....	84
Tabel 4.8 Output Mahalanobis Distance.....	87
Tabel 4.9 Uji Kausalitas.....	89
Tabel 4.10 Hasil Uji Hipotesis.....	95

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 KUESIONER PENELITIAN.....	111
LAMPIRAN 2 VALIDITAS DAN REALIBILITAS INSTRUMEN.....	119
LAMPIRAN 3 REKAPITULASI DATA PENELITIAN.....	133
LAMPIRAN 4 ANALISIS DESKRIPTIF.....	173
LAMPIRAN 5 ANALISIS KUANTITATIF.....	179