

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
KATA PENGANTAR.....	viii
<i>ABSTRACT</i>	x
ABSTRAK	xi
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah.....	9
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
2.1 Landasan Teori	12
2.1.1 Pengetahuan Produk Halal	12
2.1.2 Religiusitas.....	14
2.1.3 Kesadaran Label Halal	16
2.1.4 Keputusan Pembelian Produk Halal	18
2.2 Hubungan Antar Variabel dan Hipotesis	20
2.2.1 Pengaruh Pengetahuan Produk Halal terhadap Keputusan Pembelian Produk Halal	20

2.2.2	Pengaruh Religiusitas terhadap Keputusan Pembelian Produk Halal	22
2.2.3	Pengaruh Pengetahuan Produk Halal terhadap Kesadaran Label Halal.....	23
2.2.4	Pengaruh Religiusitas terhadap Kesadaran Label Halal	24
2.2.5	Pengaruh Kesadaran Label Halal terhadap Keputusan Pembelian Produk Halal	25
2.3	Kerangka Pemikiran Teoritis	26
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....		28
3.1	Jenis Penelitian	28
3.2	Populasi dan Sampel.....	28
3.2.1	Populasi.....	28
3.2.2	Sampel.....	29
3.3	Jenis dan Sumber Data.....	30
3.3.1	Jenis Data	30
3.3.2	Sumber Data.....	31
3.4	Metode Pengumpulan Data.....	33
3.4.1	Kuesioner	33
3.4.2	Studi Pustaka.....	33
3.5	Variabel dan Indikator	34
3.5.1	Variabel Penelitian.....	34
3.5.2	Definisi Operasional Variabel.....	35
3.6	Analisis Data.....	37
3.6.1	Uji Instrumen	37
3.6.2	Uji Asumsi Klasik.....	38
3.6.3	Analisis Regresi Linier Berganda	39

3.6.4	Uji Goodneson Fit (ANOVA).....	40
3.6.5	Uji Sobel	42
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		44
4.1	Gambaran Umum Responden.....	44
4.1.1	Usia Responden	44
4.1.2	Jenis Kelamin.....	45
4.2	Analisis Kualitatif	45
4.2.1	Variabel Pengetahuan Halal (X_1).....	46
4.2.2	Variabel Religiusitas (X_2)	48
4.2.3	Variabel Kesadaran Label Halal (Y_1)	51
4.3	Analisis Kuantitatif	56
4.3.1	Hasil Pengujian Validitas.....	56
4.3.2	Hasil Pengujian Reliabilitas	57
4.3.3	Uji Asumsi Klasik.....	58
4.3.4	Path Analisis	61
4.3.5	Koefisien Determinasi	63
4.3.6	Uji Hipotesis	64
4.3.7	Uji Sobel	68
4.4	Pembahasan	71
4.4.1	Pengaruh Pengetahuan Produk Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Halal	71
4.4.2	Pengaruh Religiusitas Terhadap Keputusan Pembelian Produk Halal	72
4.4.3	Pengaruh Pengetahuan Produk Halal Terhadap Kesadaran Label Halal	74

4.4.4	Pengaruh Religiusitas Terhadap Keputusan Pembelian Produk Halal	76
4.4.5	Pengaruh Kesadaran Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Halal	77
4.4.6	Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung.....	78
BAB V PENUTUP.....		80
5.1	Kesimpulan	80
5.2	Implikasi Manajerial	81
5.3	Keterbatasan Penelitian.....	82
5.4	Agenda Penelitian Mendatang	83
DAFTAR PUSTAKA.....		84



DAFTAR TABEL

Tabel 1 Jumlah dan Persentase Agama Masyarakat di Indonesia.....	2
Tabel 2 Definisi Operasional Variabel.....	35



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Surat Al-Baqarah Ayat 2:172.....	8
Gambar 2 Model Kerangka Teoritis.....	27



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	90
Lampiran 2 Tabulasi Data.....	94
Lampiran 3 Hasil Analisis Data.....	97

