

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	vi
ABSTRAK	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Penelitian Terdahulu	9
1.3 Kesenjangan Penelitian	16
1.4 Batasan Masalah.....	17
1.5 Tujuan Penelitian	17
1.6 Kontribusi Penelitian.....	18
1.7 Sistematika Penulisan	18
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Persepsi Label Halal.....	20
2.2 <i>Attention to Ingredients Information</i>	22
2.3 <i>Religiosity</i>	24
2.4 <i>Counterfactual Thinking (CFT)</i>	25
2.5 Intensi Pembelian	26
2.5.1 Pengertian Intensi Pembelian	26
BAB III KERANGKA KONSEPTUAL DAN HIPOTESIS	
3.1 Kerangka Koseptual	30
3.2 Hipotesis Penelitian.....	32
3.2.1 Hubungan Antara Persepsi Label Halal dan Intensi Pembelian	32

3.2.2 Hubungan Antara <i>Attention to Ingredients Information</i> dan Intensi Pembelian Produk Halal	32
3.2.3 Hubungan Antara Persepsi Label halal, <i>Religiosity</i> dan Intensi Pembelian Produk Halal	33
3.2.4 Hubungan Antara <i>Attention to Ingredients Information, Counterfactual Thinking (CFT)</i> dan Intensi Pembelian Produk Halal	34
3.2.5 Hubungan Antara Persepsi Label Halal, <i>Attention to Ingredients Information</i> dan Intensi Pembelian Produk Halal	35

BAB IV METODOLOGI PENELITIAN

4.1 Desain Penelitian.....	37
4.2 Definisi, Operasionalisasi dan Pengukuran Variabel.....	37
4.2.1 Variabel Persepsi Label Halal	38
4.2.2 Variabel <i>Attention to Ingredients Information</i>	39
4.2.3 Variabel <i>Religiosity</i>	40
4.2.4 Variabel <i>Counterfactual Thinking (CFT)</i>	41
4.2.5 Variabel Intensi Pembelian Produk Halal	42
4.3 Teknik Penentuan Sampel dan Pengumpulan Data	42
4.3.1 Penentuan Sampel.....	42
4.3.2 Pengumpulan Data.....	44
4.4 Analisa Data	44
4.4.1 Uji Instrumen.....	44
4.4.1.1 Analisis Faktor (Uji Validitas) Untuk Penelitian Pendahuluan.....	44
4.4.1.2 Uji Reliabilitas.....	47
4.4.2 Uji Asumsi Klasik.....	48
4.4.2.1 Uji Normalitas	48
4.4.2.2 Uji Multikolinieritas	49
4.4.2.3 Uji Heteroskedastisitas.....	49
4.4.2.4 Uji Auto Korelasi.....	50
4.4.3 Uji Serempak (Uji F).....	50
4.4.4 Uji Koefisien Determinasi (R ²)	51
4.4.5 Uji Hipotesis (Uji t).....	51
4.4.6 Uji <i>Moderated Regression Analysis (MRA)</i>	51

4.4.7 Model Rerata Sel	52
BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN	
5.1 Gambaran Umum Penelitian	53
5.1.1 Gambaran Umum Penelitian <i>Pre-Test</i>	53
5.1.2 Gambaran Umum Penelitian Uji Hipotesis	53
5.2 Hasil Uji Kualitas Data	53
5.2.1 Analisis Faktor	53
5.2.2 Uji Realibilitas	61
5.2.3 Pelaksanaan Survey	61
5.3 Hasil Penelitian	61
5.3.1 Distribusi Responden	61
5.3.2 Analisis Perbedaan Respon Responden	62
5.3.2.1 Perbedaan Respon Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	63
5.3.2.2 Perbedaan Respon Responden Berdasarkan Usia	63
5.3.2.2 Perbedaan Respon Responden Berdasarkan Agama	65
5.3.2.2 Perbedaan Respon Responden Berdasarkan Pendidikan	66
5.3.3 Analisis Hasil Penelitian dengan Rerata Sel	68
5.3.3.1 Uji Hipotesis 1 dan Hipotesis 3a.b.c	68
5.3.3.2 Uji Hipotesis 2 dan Hipotesis 4a.b.c	74
5.3.3.3 Uji Hipotesis 5	80
5.4 Pembahasan Hasil Penelitian	83
5.4.1 Pembahasan Hasil Penelitian Hipotesis 1	83
5.4.2 Pembahasan Hasil Penelitian Hipotesis 2	85
5.4.3 Pembahasan Hasil Penelitian Hipotesis 3	87
5.4.4 Pembahasan Hasil Penelitian Hipotesis 4	89
5.4.5 Pembahasan Hasil Penelitian Hipotesis 5	90
5.4 Implikasi Manajerial	92
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	
6.1 Kesimpulan	104
6.2 Keterbatasan Penelitian	106
6.2 Saran	107
DAFTAR PUSTAKA	108

LAMPIRAN113