

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah	10
1.3 Pembatasan Masalah	10
1.4 Perumusan Masalah	10
1.5 Tujuan Penelitian	11
1.6 Manfaat Penelitian	12
1.6.1 Manfaat Teoritis	12
1.6.2 Manfaat Praktis	12
BAB II TINJAUAN PUSTAK	13
2.1 Intensi Pembelian	13
2.2 Intensi Membeli	13
2.2.1 Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Intensi Membeli	14
2.2.2 Aspek-Aspek Intensi Membeli.....	15
2.2.3 Indikator Intensi Pembelian	16
2.3 Kesadaran Halal	16
2.3.1 Kesadaran Halal Intrinsik.....	16
2.3.2 Kesadaran Halal Ekstrinsik	16
2.3.3 Indikator Kesadaran Halal.....	17
2.4 Religiusitas	17
2.4.1 Religiusitas Intrinsik	17
2.4.2 Ekstrinsik Religiusitas.....	17

2.4.3	Faktor-faktor yang Mempengaruhi Religiusitas	18
2.4.4	Dimensi Religiusitas	19
2.5	Norma Subyektif (Subjective Norm)	20
2.5.1	Komponen Norma Subyektif	20
2.5.2	Indikator Norma Subyektif	20
2.5.3	Indikator Persepsi Kontrol Perilaku	21
2.6	Teori Perilaku Konsumen	21
2.6.1	Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen.....	22
2.7	Penelitian Terdahulu	23
2.8	Hubungan Antar Variable	27
2.8.1	Hubungan antar Religiusitas terhadap Kesadaran Halal.....	27
2.8.2	Hubungan antar Norma Subyektif terhadap Kesadaran Halal	28
2.8.3	Hubungan antar Kontrol Perilaku Persepsi terhadap Kesadaran Halal	28
2.8.4	Hubungan antar Religiusitas terhadap Intensi Pembelian.....	28
2.8.5	Hubungan antar Norma Subyektif terhadap Intensi Pembelian.....	28
2.8.6	Hubungan antar Kontrol Perilaku Persepsi terhadap intensi pembelian	29
2.8.7	Hubungan antar Kesadaran Halal terhadap Intensi Pembelian	29
2.8.8	Hubungan antar Religiusitas terhadap Intensi Pembelian dengan Kesadaran Halal sebagai Variable Intervening	29
2.8.9	Hubungan antar Norma Subyektif terhadap Intensi Pembelian dengan Kesadaran Halal sebagai Variable Intervening	29
2.8.10	Hubungan antar Persepsi Kontrol Perilaku terhadap Intensi Pembelian dengan Kesadaran Halal sebagai Variable Intervening.....	30
2.9	Hipotesis.....	30
BAB III METODE PENELITIAN		32
3.1	Desain Penelitian.....	32
3.2	Jenis dan Sumber Data	32
3.2.1	Jenis Data	32
3.2.2	Sumber Data.....	33
3.3	Populasi , Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel.....	33
3.3.1	Populasi.....	33
3.3.2	Sampel.....	33
3.3.3	Teknik Pengambilan Sampel.....	34
3.4	Unit Analisis Data	34
3.5	Definisi Variabel	34
3.5.1	Variabel Independen (X).....	34
3.5.3	Variabel Intervening.....	36
3.6	Uji Instrumen	37

3.6.1 Uji Validitas dan Reliabilitas	38
3.6.2 Uji Reliabilitas	38
3.7 Teknik Analisis Data.....	39
3.7.1 Analisis Deskriptif	39
3.7.3 Uji Normalitas	41
3.7.2.1 Uji Multikolinearitas	41
3.7.2.2 Uji Heteroskedastisitas	41
3.7.2.3 Uji Autokorelasi	41
3.7.4 Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>).....	42
3.7.5 Koefisien Determinan	45
BAB IV HASIL PENELITIAN.....	47
4.1 Gambaran Obyek Penelitian	47
4.2 Karakteristik Responden	47
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	48
4.2.2 Responden Berdasarkan Usia.....	48
4.2.3 Responden Berdasarkan Pekerjaan	49
4.2.4 Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian	49
4.2.5 Responden Berdasarkan Anggaran Belanja Produk Perawatan Kulit per Bulan	50
4.3 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	51
4.3.1 Uji Validitas	51
4.3.2 Uji Reliabilitas	54
4.4 Analisis Deskriptif	56
4.5 Uji Asumsi Klasik	64
4.6 Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>)	68
BAB V PEMBAHASAN	81
5.1.1 Pengaruh Religiusitas Terhadap Kesadaran Halal	81
5.1.2 Pengaruh Norma Subyektif Terhadap Kesadaran Halal	81
5.1.3 Pengaruh Persepsi Kontrol Perilaku Terhadap Kesadaran Halal....	82
5.1.4 Pengaruh Religiusitas Terhadap Intensi Pembelian.....	82
5.1.5 Pengaruh Norma Subyektif Terhadap Intensi Pembelian	83
5.1.6 Pengaruh Persepsi Kontrol Perilaku Terhadap Intensi Pembelian..	83
5.1.7 Pengaruh Kesadaran Halal Terhadap Intensi Pembelian	84
5.1.8 Pengaruh Religiusitas Terhadap Intensi Pembelian Melalui Kesadaran Halal	85
5.1.9 Pengaruh Norma Subyektif Terhadap Intensi Pembelian Melalui Kesadaran Halal	85
5.1.10 Pengaruh Persepsi Kontrol Perilaku Terhadap Intensi Pembelian Melalui Kesadaran Halal.....	85

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN.....	87
6.1 Kesimpulan	87
6.2 Saran.....	88
6.3 Implikasi Penelitian.....	89
6.3.1 Implikasi Teoritis	89
6.3.2 Implikasi Praktis	90
DAFTAR PUSTAKA	91