

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
ABSTRAK	x
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Pertanyaan Penelitian	10
1.4 Tujuan Penelitian.....	10
1.5 Manfaat Penelitian	11
1.5.1 Manfaat Praktikal	11
1.5.2 Manfaat Akademik	11
1.6 Ruang Lingkup Penelitian.....	12
1.6.1 Model Penelitian	12
1.6.2 Objek Penelitian	12
1.6.3 Lokasi Penelitian.....	12
1.7 Sistematika Penulisan	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	15
2.1 Landasan Teori	15
2.1.1 Teori Perilaku Terencana	15
2.2 Penjelasan Variabel.....	16
2.2.1 Religiositas.....	16
2.2.2 Pengetahuan Halal	18
2.2.3 Sertifikasi Halal	19
2.2.5 Norma Subjektif.....	20
2.2.6 Sikap	20
2.2.7 Persepsi Kontrol Perilaku	21
2.2.8 Niat Pembelian.....	22
2.3 Pengembangan Hipotesis	23

2.3.1 Religiositas terhadap Sikap.....	23
2.3.2 Pengetahuan Halal terhadap Sikap	24
2.3.3 Sertifikasi Halal terhadap Niat Pembelian.....	25
2.3.4 Sikap terhadap Niat Pembelian.....	26
2.3.5 Norma Subjektif terhadap Niat Pembelian	27
2.3.6 Persepsi Kontrol Perilaku terhadap Niat Pembelian.....	28
2.4 Model Penelitian.....	29
BAB III METODE PENELITIAN.....	31
3.1 Desain Penelitian	31
3.2 Definisi Operasional Variabel.....	32
3.2.1 Religiositas.....	32
3.2.2 Pengetahuan Halal	34
3.2.3 Sertifikasi halal	36
3.2.4 Norma Subjektif.....	37
3.2.5 Sikap	39
3.2.6 Persepsi Kontrol Perilaku	40
3.2.7 Niat Pembelian.....	41
3.3 Populasi dan Sampel	43
3.3.1 Populasi.....	43
3.3.2 Metode Pengambilan Sampel	43
3.3.3 Ukuran Sampel	44
3.4 Instrumen Penelitian.....	45
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	45
3.6 Metode Analisis Data	46
3.6.1 Analisis Structural Equation Modeling.....	46
3.6.1.1 Analisis Outer Model atau Model Pengukuran.....	46
3.6.1.2 Analisis Inner Model atau Model Struktural.....	48
3.6.1.3 Uji Hipotesis	50
BAB IV ANALISIS DATA	51
4.1 Analisis Outer Model atau Model Pengukuran	51
4.1.1 Hasil Uji Validitas	51
4.1.2 Hasil Uji Reliabilitas	56

4.2 Profil Responden	57
4.3 Analisis Deskriptif.....	59
4.4 Analisis Inner Model atau Model Struktural	61
4.5 Uji Hipotesis.....	63
4.5.1 Pengaruh Religiositas terhadap Sikap.....	65
4.5.2 Pengaruh Pengetahuan Halal terhadap Sikap	65
4.5.3 Pengaruh Sertifikasi Halal terhadap Sikap	66
4.5.4 Pengaruh Sikap terhadap Niat Pembelian.....	66
4.5.5 Pengaruh Norma Subjektif terhadap Niat Pembelian.....	66
4.5.6 Pengaruh Persepsi Kontrol Perilaku terhadap Niat Pembelian.....	67
4.6 Analisis Tambahan.....	67
4.7 Pembahasan Hasil Penelitian.....	68
4.7.1 Hipotesis Pertama	68
4.7.2 Hipotesis Kedua.....	69
4.7.3 Hipotesis Ketiga.....	70
4.7.4 Hipotesis Keempat.....	71
4.7.5 Hipotesis Kelima.....	72
4.7.6 Hipotesis Keenam	73
4.7.7 Analisis Mediasi.....	74
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	75
5.1 Kesimpulan.....	75
5.2 Implikasi Teoritis.....	76
5.3 Implikasi Manajerial.....	78
5.4 Keterbatasan Penelitian	80
5.5 Arahan Penelitian Mendatang	81
DAFTAR PUSTAKA	82
LAMPIRAN.....	87