

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN .....	iii
KATA PENGANTAR .....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
INTISARI .....	xii
ABSTRACT.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	10
1.3 Batasan Masalah .....	10
1.4 Tujuan Penelitian .....	11
1.5 Manfaat Penelitian .....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	12
2.1 Konsep Halal.....	12
2.2 <i>Korean street food</i> .....	14
2.3 Perilaku Konsumen.....	19
2.4 Faktor-Faktor yang Memengaruhi Perilaku Konsumen.....	20
2.4.1 Faktor Eksternal .....	20
2.4.2 Faktor Internal.....	23
2.5 Teori Perilaku Terencana ( <i>Theory of Planned Behavior</i> ).....	28
2.6 Niat Pembelian.....	31
2.7 Keputusan Pembelian.....	31
2.8 Label Halal.....	34
2.9 Kesadaran Halal ( <i>Halal Awareness</i> ).....	36
2.10 Bahan Baku Makanan ( <i>Food Ingredients</i> ).....	38
2.11 SEM ( <i>Structural Equation Modeling</i> ).....	39

2.11.1 Variabel-Variabel dalam SEM.....	40
2.11.2 SEM-PLS ( <i>Structural Equation Modeling -Partial Least Square</i> ).....	41
2.11.3 Evaluasi Model dalam SEM-PLS .....	42
2.12 Penelitian Terdahulu .....	46
2.13 Hipotesis Penelitian .....	50
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>53</b>
3.1 Objek, Lokasi, dan Waktu Penelitian.....	53
3.2 Populasi dan Sampel Penelitian .....	53
3.3 Pengumpulan Data.....	55
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	55
3.5 Variabel Penelitian.....	56
3.6 Metode Analisis Data.....	63
3.6.1 Uji Validitas .....	63
3.6.2 Uji Reliabilitas .....	64
3.6.3 Model Konseptual Diagram Jalur ( <i>Path Diagram</i> ).....	65
3.6.4 <i>Partial Least Square – Structural Equation Modeling</i> .....	66
3.7 Diagram Alir Penelitian .....	68
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>70</b>
4.1 Profil <i>Korean Street Food</i> di Daerah Istimewa Yogyakarta.....	70
4.2 Uji Validitas dan Reliabilitas Kuesioner.....	73
4.3 Profil Responden.....	77
4.4 Analisis Data.....	91
4.4.1 Evaluasi Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> ) .....	92
4.4.2 Evaluasi Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ) .....	99
4.5 Analisis Hipotesis .....	105
4.5.1 Kesadaran Halal terhadap Sikap .....	105
4.5.2 <i>Food Ingredients</i> terhadap Persepsi Kontrol Perilaku .....	106
4.5.3 Label Halal terhadap Persepsi Kontrol Perilaku .....	108
4.5.4 <i>Food Ingredients</i> terhadap Niat Pembelian.....	109
4.5.5 Sikap terhadap Niat Pembelian .....	110
4.5.6 Norma Subjektif terhadap Niat Pembelian .....	111
4.5.7 Persepsi Kontrol Perilaku terhadap Niat Pembelian .....	112
4.5.8 Niat Pembelian terhadap Keputusan Pembelian .....	113



4.6 Analisis Variabel Paling Berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian .....	114
4.7 Rekomendasi Masukan untuk Strategi Pemasaran .....	117
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	120
5.1 Kesimpulan .....	120
5.2 Saran .....	120
DAFTAR PUSTAKA .....	122
LAMPIRAN.....	131