

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xi
INTISARI.....	xii
ABSTRACT.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	14
1. 1 Latar Belakang	14
1. 2 Rumusan Masalah.....	20
1. 3 Tujuan Penelitian.....	20
1. 4 Manfaat Penelitian	21
1. 5 Batasan Masalah.....	22
1. 6 Keaslian Penelitian.....	22
1. 7 Kontribusi Penelitian.....	24
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	26
2.1 Landasan Teori	26
2.1.1 Theory of Planned Behavior	26
2.1.2 Self-Congruity Theory	29
2.1.3 Korean Wave	31
2.1.4 Halal Awareness	37
2.1.5 Niat Membeli	44
2.1.6 Keputusan Pembelian.....	48
2.1.7 Faktor Internal dan Faktor Eksternal dalam Keputusan Pembelian Produk Halal	51

2.2	Temuan Terdahulu.....	54
2.3	Hipotesis.....	58
BAB III METODE PENELITIAN.....		60
3.1	Data Penelitian	60
3.2	Identifikasi dan Definisi Operasional Variabel	63
3.2.1	Identifikasi Variabel	63
3.2.2	Definisi Operasional Variabel	64
3.2.3	Metode Analisis.....	67
3.2.4	Diagram Alir Penelitian.....	76
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		77
4.1	Gambaran Umum Responden	77
4.2	Hasil Evaluasi Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	82
4.2.1	<i>Convergent Validity</i>	82
4.2.2	<i>Discriminant Validity</i>	85
4.2.3	Construct Reliability	86
4.3	Hasil Evaluasi Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	88
4.3.1	<i>Variance Inflation Factor (VIF)</i>	89
4.3.2	<i>R-square</i>	90
4.3.3	<i>Q-square</i>	90
4.3.4	<i>F-square</i>	91
4.4	Hasil Uji Hipotesis	94
4.4.1	Hipotesis Pertama (H1).....	94
4.4.2	Hipotesis Kedua (H2).....	95
4.4.3	Hipotesis Ketiga (H3)	95
4.4.4	Hipotesis Keempat (H4).....	95
4.4.5	Hipotesis Kelima (H5)	96
4.4.6	Hipotesis Keenam (H6).....	96
4.4.7	Hipotesis Ketujuh (H7)	96
4.4.8	Hipotesis Kedelapan (H8).....	97

4.4.9	Hipotesis Kesembilan (H9).....	97
4.4.10	Hipotesis Kesepuluh (H10).....	97
4.5	Pembahasan Hipotesis Penelitian.....	103
4.5.1	Pengaruh Sikap terhadap Niat Pembelian.....	103
4.5.2	Pengaruh Norma Subjektif terhadap Niat Pembelian	106
4.5.3	Pengaruh Kontrol Perilaku terhadap Niat Pembelian	110
4.5.4	Pengaruh Kesesuaian Diri terhadap Keputusan Pembelian	114
4.5.5	Pengaruh <i>Korean Wave</i> terhadap Keputusan Pembelian	116
4.5.6	Pengaruh <i>Halal Awareness</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	120
4.5.7	Pengaruh Niat Beli terhadap Keputusan Pembelian	123
4.5.8	Niat Pembelian Memediasi Pengaruh Sikap terhadap Keputusan Pembelian.....	126
4.5.9	Niat Pembelian Memediasi Pengaruh Norma Subjektif terhadap Keputusan Pembelian.....	128
4.5.10	Niat Pembelian Memediasi Pengaruh Kontrol Perilaku terhadap Keputusan Pembelian.....	131
BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI		135
5.1	Kesimpulan	135
5.2	Implikasi Kebijakan	135
5.3	Keterbatasan Penelitian.....	137
DAFTAR PUSTAKA		139
LAMPIRAN.....		156