

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN	iii
MOTTO.....	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xi
BAB I Pendahuluan.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	5
1.3. Pertanyaan Penelitian	5
1.4. Tujuan Penelitian	6
1.5. Fungsi Penelitian	6
1.6. Sistematika Penulisan	7
BAB II Landasan Teori	8
2.1. Landasan Teori.....	8
2.1.1.Konsep Halal.....	8
2.1.2.Label Halal.....	9
2.1.3. Citra Merek/ <i>Brand</i>	10
2.1.4. Kualitas Produk.....	12
2.1.5. Keputusan Pembelian	14
2.2. Kajian Terdahulu.....	16
2.3. Kerangka Pemikiran.....	18
2.4. Dimensionalisasi Variabel	19
2.4.1. Variabel Label Halal	19
2.4.2. Variabel Citra Merek atau <i>Brand</i>	20
2.4.3. Variabel Kualitas Produk Halal.....	20
2.5. Dimensionalisasi Model	21
2.6. Hipotesis	22



BAB III Metode Penelitian	23
3.1. Jenis Penelitian	23
3.2. Tempat dan Waktu Penelitian	23
3.3. Populasi dan Sampel	24
3.3.1. Populasi	24
3.3.2. Sampel.....	24
3.4. Teknik Pengumpulan Data.....	25
3.5. Instrumen Penelitian.....	26
3.5.1. Definisi konseptual	26
a. Label Halal.....	26
b. <i>Brand/Citra</i> Merek	26
c. Kualitas Produk Halal	27
d. Keputusan Pembelian.....	27
3.5.2. Definisi operasional	27
3.6. Model Analisis <i>Structural Equation Modelling</i> (SEM).....	29
3.7. Estimasi Model	30
3.7.1 Reliabilitas.....	30
3.7.2. Kelayakan Model (<i>Goodness of Fit</i>).....	30
3.8. Hubungan Antar Variabel	31
BAB IV Hasil dan Pembahasan	32
4.1. Hasil Penelitian	32
4.1.1. Penyebaran dan Pengumpulan Kuesioner	32
4.1.2. Karakteristik Responden.....	32
1) Jenis Kelamin Responden	33
2) Usia Responden	33
3) Jenjang Pendidikan Yang Ditempuh	34
4) Uang Saku Per Bulan.....	35
5) Sumber Informasi Pertama Tentang Halal (Formal).....	36
6) Asal Provinsi.....	36
4.2. Estimasi Model	38
4.2.1. Reliabilitas.....	38
4.2.2. Kesesuaian Model.....	42
4.2.3. Hubungan Antar Variabel.....	43



4.3. Pembahasan	46
4.3.1. Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian	46
4.3.2. Pengaruh Citra Merek/Brand Terhadap Keputusan Pembelian	47
4.3.3 Pengaruh Kualitas Produk Halal Terhadap Keputusan Pembelian	48
BAB V Penutup	49
5.1. Kesimpulan	49
5.2. Implikasi Kebijakan	50
5.3. Keterbatasan Penelitian	50
DAFTAR PUSTAKA	52
LAMPIRAN	55
Lampiran 1 : Daftar Riwayat Hidup	55
Lampiran 2 : Kuesioner Penelitian	56
Lampiran 3 : Hasil Output Lisrel	61
Lampiran 4 : Nilai Standarized	68
Lampiran 5 : Nilai T Value	69