

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>iv</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>vi</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>x</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>xi</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>xii</b>
<b>I. PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1. Latar Belakang.....	1
2. Permasalahan.....	4
3. Tujuan Penelitian.....	4
4. Manfaat Penelitian.....	5
5. Keaslian Penelitian.....	5
<b>II. TINJAUAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI</b> .....	<b>6</b>
1. Tinjauan Pustaka.....	6
2. Landasan Teori.....	9
2.1. Pengertian Konsumen.....	9
2.2. Konsep Proses pembelian konsumen.....	9
2.3. <i>Theory of Planned Behavior</i> (TPB) dan Konsep Pembelajaran.....	10
2.4. Kemasan.....	14
2.5. Harga.....	15
2.6. Produk Halal.....	16
2.7. Sertifikasi dan Labelisasi Halal.....	18
2.8. Kerangka Pemikiran.....	24
2.9. Hipotesis Penelitian.....	25
<b>III. METODE PENELITIAN</b> .....	<b>26</b>
1. Rancangan Penelitian.....	26
2. Jenis dan Sumber Data.....	26
3. Teknik Pengumpulan Data.....	26
4. Lokasi Penelitian.....	26
5. Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel.....	27
5.1. Populasi.....	27
5.2. Teknik Pengambilan Sampel.....	27
6. Ruang Lingkup Penelitian.....	27
7. Skala Pengukuran.....	28
7.1. Tipe Skala Sikap.....	28
7.2. Tipe Skala Ukur Variabel.....	29
8. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	29
9. Teknik Analisis Data.....	32
9.1. Analisis Deskriptif.....	32
9.2. Menentukan Model matematis.....	32
9.3. Konversi Data.....	33
9.4. Uji Instrumen Penelitian.....	33

9.5. Uji Asumsi Klasik .....	34
9.6. Uji Model.....	35
9.7. Uji Hipotesis.....	36
<b>IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>41</b>
1. Demografik Responden.....	41
2. Hasil Konversi Data.....	45
3. Hasil Uji Instrumen Penelitian.....	45
3.1. Hasil Uji Validitas .....	45
3.2. Hasil Uji Reliabilitas .....	47
4. Hasil Uji Asumsi Klasik .....	47
4.1. Hasil Uji Normalitas Data .....	48
4.2. Hasil Uji Multikolinearitas .....	48
4.3. Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	49
5. Hasil Uji Model .....	49
5.1. Persamaan Regresi .....	50
5.2. Hasil Uji F .....	51
5.3. Hasil Uji t .....	52
6. Hasil Uji Hipotesis .....	54
<b>V. KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>56</b>
1. Kesimpulan .....	56
2. Saran .....	56
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>58</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>60</b>

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1. Penelitian terdahulu tentang proses pembelian konsumen.....	6
Tabel 3.1. Bobot Nilai Jawaban Responden.....	32
Tabel 3.2. Interpretasi Skor Interval.....	37
Tabel 4.1. Distribusi responden berdasarkan jenis kelamin.....	41
Tabel 4.2. Distribusi responden berdasarkan usia.....	42
Tabel 4.3. Distribusi responden berdasarkan status perkawinan.....	42
Tabel 4.4. Distribusi responden berdasarkan jenjang pendidikan.....	42
Tabel 4.5. Distribusi responden berdasarkan agama.....	43
Tabel 4.6. Distribusi responden berdasarkan pekerjaan.....	43
Tabel 4.7. Distribusi responden berdasarkan pendapatan dan pengeluaran.....	44
Tabel 4.8. Distribusi responden berdasarkan tempat berbelanja makanan kecil.....	44
Tabel 4.9. Distribusi responden berdasarkan frekuensi membeli makanan kecil.....	44
Tabel 4.10. Distribusi responden berdasarkan jenis makanan kecil yang dikonsumsi.....	45
Tabel 4.11. Hasil uji validitas untuk variabel pembelajaran.....	45
Tabel 4.12. Hasil uji validitas untuk variabel sikap.....	46
Tabel 4.13. Hasil uji validitas untuk variabel norma subjektif.....	46
Tabel 4.14. Hasil uji validitas untuk variabel pengendalian persepsi.....	46
Tabel 4.15. Hasil uji validitas untuk variabel harga.....	46
Tabel 4.16. Hasil uji validitas untuk variabel proses pembelian konsumen.....	47
Tabel 4.17. Hasil uji reliabilitas variabel.....	47
Tabel 4.18. Hasil Uji Multikolinearitas.....	48
Tabel 4.19. Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	49
Tabel 4.20. Kontribusi Pengaruh Variabel Independen.....	50
Tabel 4.21. Hasil uji regresi linear berganda.....	50
Tabel 4.22. Hasil Uji Simultan.....	52
Tabel 4.23. Faktor-faktor yang mempengaruhi proses pembelian konsumen.....	52

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. <i>Theory of Planned Behavior</i> (Ajzen, 1991) .....	10
Gambar 2.2. Berbagai Macam Logo Halal .....	22
Gambar 2.3. Diagram Alir Kebijakan dan Prosedur Sertifikasi Halal.....	23
Gambar 2.4. Kerangka Pemikiran. ....	25
Gambar 3.1. Persentasi Makanan Kecil Yang Dikonsumsi.....	28
Gambar 4.1. Output Uji Normalitas .....	48

## DAFTAR LAMPIRAN

Halaman

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian .....	60
--	----