

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGAJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR INDEKS PERSAMAAN MATEMATIS	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
ABSTRAK	xv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Batasan Penelitian	4
1.4 Tujuan Penelitian	4
1.5 Manfaat Penelitian	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1 Halal dan Sertifikasi Halal	6
2.2 Keputusan Pembelian Konsumen	8
2.3 Bakpia	12
2.4 Kuesioner	15

2.5	<i>Structural Equation Modelling</i>	17
BAB III METODE PENELITIAN		19
3.1	Obyek Penelitian	19
3.2	Hipotesis	19
3.3	Data-data yang Diperlukan	20
3.4	Metode Pengumpulan Data	20
3.5	Validasi Kuesioner	22
3.6	Tahapan Pengumpulan Data	23
3.7	Teknis Analisis Data	26
3.8	Diagram Alir Penelitian	30
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		32
4.1	Profil Industri	32
4.2	Karakteristik Responden	33
4.3	Uji Validitas dan Realibilitas	37
4.4	Analisis Model dengan <i>Structural Equation Modelling (SEM)</i>	42
4.5	Analisis Model Pengukuran	50
4.6	Analisis Model <i>Structural Equation Modelling (SEM)</i>	57
4.7	Analisis Hubungan antara label Halal dan Volume Penjualan Produk Bakpia	60
4.8	Analisis Pengaruh Label Halal terhadap Konsumen pada Produk Nabati (Bakpia) dan Hewani (Bakso Daging Sapi) di Wilayah Kota	64
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		67
5.1	Kesimpulan	67



5.2	Saran	67
	DAFTAR PUSTAKA	68
	LAMPIRAN	