

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN NOTA PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
ABSTRAK.....	v
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Hasil Penelitian	6
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Agama	7
1. Pengertian Agama	7
2. Faktor Agama yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian.....	8
3. Pelabelan	8
4. Fungsi Label.....	8
5. Produk Halal	9
6. Sertifikasi Halal.....	9
B. Budaya	10
1. Pengertian Budaya	10
2. Unsur-unsur dalam Budaya.....	11
3. Subbudaya Konsumen.....	14
4. Kelas Sosial.....	15
C. Harga.....	16
D. Perilaku Konsumen	17
E. Keputusan Pembelian.....	20
1. Konsep Keputusan	21
2. Analisis Pengambilan keputusan.....	21
3. Model Sederhana Pembuatan Keputusan Konsumen.....	21
4. Situasi sebagai Perubahan dalam Proses Pengambilan Keputusan Konsumen	23
5. Sifat-sifat Pengaruh Situasional.....	24
6. Klasifikasi Situasional.....	24

F.	Penelitian Terdahulu	25
G.	Kerangka Berfikir	29
H.	Hipotesis Penelitian.....	30
BAB III METODE PENELITIAN		
A.	Jenis dan Pendekatan Penelitian	33
B.	Sumber Data.....	34
C.	Populasi dan Sampel	35
D.	Tata Variabel Penelitian.....	36
E.	Definisi Operasional.....	36
F.	Teknik Pengumpulan Data	39
G.	Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen	41
H.	Uji Asumsi Klasik.....	42
	1. Uji Normalitas	42
	2. Uji Multikolinieritas	43
	3. Uji Heteroskedastisitas	43
	4. Uji Autokorelasi	44
I.	Teknik Analisis Data.....	44
BAB IV PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		
A.	Deskripsi Objek Penelitian.....	46
	1. Sejarah Pasar Bitingan Kudus	46
	2. Visi dan Misi Pasar Bitingan Kudus.....	47
	3. Struktur Organisasi.....	48
B.	Deskripsi Hasil Data Penelitian.....	48
C.	Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen	50
	1. Uji Validitas Instrumen.....	50
	2. Uji Reliabilitas Instrumen	52
D.	Hasil Uji Asumsi Klasik.....	53
	1. Uji Normalitas	53
	2. Uji Multikolinieritas	54
	3. Uji Autokorelasi	55
	4. Uji Heteroskedastisitas	56
E.	Hasil Analisis Data.....	57
	1. Analisis Regresi Linier Berganda.....	57
	2. Koefisien Determinasi	58
	3. Hasil Uji Signifikansi Parameter Parsial [Uji t]	59
F.	Pembahasan Hasil Penelitian	61
	1. Pengaruh Agama Terhadap Keputusan Pembelian di Pasar Bitingan Kudus	61
	2. Pengaruh Budaya Terhadap Keputusan Pembelian di Pasar Bitingan Kudus	62

3. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian di Pasar Bitingan Kudus	62
BAB V PENUTUP	
A. Simpulan	64
B. Keterbatasan Penelitian	64
C. Saran	64
D. Penutup	65
DAFTAR PUSTAKA	
RIWAYAT HIDUP PENULIS	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	



DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Definisi Operasional	34
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	48
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur	49
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan Terakhir	49
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	50
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Instrumen Agama	50
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Instrumen Budaya	51
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Instrumen Harga	51
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Instrumen Keputusan Pembelian	52
Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen	53
Tabel 4.10 Hasil Uji Multikolinieritas	55
Tabel 4.11 Hasil Uji Autokorelasi	55
Tabel 4.12 Hasil Analisis Regresi Berganda	57
Tabel 4.13 Hasil Koefisien Determinasi	59
Tabel 4.14 Hasil Uji Parsial (Uji t)	60

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Pengaruh Lingkungan Pada Keputusan Konsumen dan Strategi Pemasaran; Transmini Nilai-Nilai Antargenerasi	12
Gambar 2.2 Tahap-Tahap dalam Proses Pembelian.....	19
Gambar 2.3 Model Pengambilan Keputusan menurut Schiffman dan Kanuk	23
Gambar 2.4 Kerangka Berfikir Penelitian.....	30
Gambar 3.1 Jenis Data Penelitian	34
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Pasar	48
Gambar 4.2 Uji Normalitas Probability Plot.....	54
Gambar 4.3 Hasil Uji Normalitas Histogram.....	54
Gambar 4.4 Hasil Uji Heterokedastisitas	56

