

**DAFTAR ISI**

HALAMAN	
JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
ABSTRAK.....	v
MOTTO.....	vi
PERSEMBAHAN.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Manfaat Penelitian.....	7
E. Sistematika Penulisan Skripsi.....	8
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b>	
A. <i>The Planned Of Behavior Theory</i> .....	10
B. Labelisasi Halal.....	12
1. Definisi Label.....	12
2. Definisi Halal.....	14
3. Definisi Labelisasi Halal.....	17
4. Sertifikasi Halal.....	17
5. Logo Label Halal.....	19
C. <i>Consumer Awareness</i> .....	21
D. <i>Behavior Intention</i> .....	24
E. Keputusan Pembelian.....	25
1. Pengertian Keputusan.....	25
2. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian.....	26
3. Proses Pengambilan Keputusan Membeli.....	29
F. Penelitian Terdahulu.....	32
G. Kerangka Berpikir.....	37
H. Hipotesis.....	38
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
A. Jenis Pendekatan.....	42
B. Populasi Dan Sampel.....	42

C.	Identifikasi Variabel .....	45
D.	Teknik Pengumpulan Data .....	48
E.	Teknik Analisis Data .....	50
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>		
A.	Hasil Penelitian .....	56
1.	Gambaran Umum <i>Fastfood</i> .....	56
2.	Gambaran Umum Responden.....	60
B.	Deskripsi Hasil Data Penelitian.....	62
1.	Deskripsi Angket.....	62
2.	Deskripsi Statistik .....	69
C.	Analisis Data .....	71
1.	Uji Instrumen .....	71
a.	Uji Validitas.....	71
b.	Uji Reliabilitas .....	72
2.	Uji Asumsi Klasik.....	73
a.	Uji Normalitas.....	73
b.	Uji Multikoloneritas.....	73
c.	Uji Heteroskedastisitas.....	74
3.	Uji Hipotesis .....	75
a.	Analisis Regresi Linear Berganda.....	75
b.	Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	77
c.	Uji Simultan (Uji F) .....	78
d.	Uji Parsial (Uji t).....	79
D.	Pembahasan.....	81
1.	Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian <i>Fastfood</i> .....	81
2.	Pengaruh <i>Consumer Awareness</i> Terhadap Keputusan Pembelian <i>Fastfood</i> .....	82
3.	Pengaruh <i>Behavior Intention</i> Terhadap Keputusan Pembelian <i>Fastfood</i> .....	84
<b>BAB V PENUTUP</b>		
A.	SIMPULAN .....	86
B.	KETERBATASAN PENELITIAN .....	86
C.	SARAN .....	87
D.	PENUTUP.....	87
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>		
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN</b>		

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Agama Yang Dianut Di Indonesia.....	2
Tabel 2.1 Hasil Penelitian Terdahulu.....	32
Tabel 3.1 Distribusi Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Program Studi Ekonomi Syariah Tahun Angkatan 2015 dan 2016 .....	43
Tabel 3.2 Definisi Operasional .....	46
Tabel 3.3 Skala Likert .....	49
Tabel 4.1 Distribusi Sampel Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Program Studi Ekonomi Syariah Tahun Angkatan 2015 dan 2016.....	61
Tabel 4.2 Distribusi Sampel Berdasarkan Jenis Kelamin .....	62
Tabel 4.3 Frekuensi Variabel Labelisasi Halal .....	62
Tabel 4.4 Frekuensi Variabel <i>Consumer Awareness</i> .....	64
Tabel 4.5 Frekuensi Variabel <i>Behavior Intention</i> .....	66
Tabel 4.6 Frekuensi Variabel Keputusan Pembelian .....	67
Tabel 4.7 Statistik Deskriptif .....	69
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Instrumen .....	71
Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabel Instrumen.....	72
Tabel 4.10 Hasil Uji Normalitas Kolmogrov-Smirnov (K-S)..	73
Tabel 4.11 Hasil Uji Multikolonieritas .....	74
Tabel 4.12 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda .....	75
Tabel 4.13 Hasil Uji Koefisien Determinasi .....	77
Tabel 4.14 Hasil Uji Simultan (Uji F) .....	78
Tabel 4.15 Hasil Uji Parsial (Uji t) .....	79

**DAFTAR GAMBAR**

Gambar 2.1 Struktur <i>Theory Of Planned Behavior</i> .....	11
Gambar 2.2 Logo Halal dari MUI.....	20
Gambar 2.3 Bukan Logo Resmi.....	21
Gambar 2.4 Langkah-Langkah Antara Evaluasi Alternatif Dan <i>Consumer Awareness</i> .....	23
Gambar 2.5 Kerangka Berfikir.....	38
Gambar 4.1 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	74

