

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI ...	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
ABSTRAK	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN.....	ix
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	13
C. Tujuan Penelitian.....	13
D. Manfaat Penelitian	14
E. Sistematika Penulisan	15

BAB II LANDASAN TEORI

A. Deskripsi Teori	17
1. <i>Theory Of Planned Behavior</i> (TPB).....	17
2. Pemasaran	18
a. Pengertian Pemasaran	18
b. Strategi Pemasaran	20
c. Tahapan Proses Pemasaran	20
d. Pemasaran Dalam Pandangan Islam	21
3. <i>Electronic Word Of Mouth</i> (EWOM)	24
a. Pengertian <i>Electronic Word Of Mouth</i>	24
b. Indikator <i>Ewom</i>	26
c. <i>Electronic Word Of Mouth</i> Dalam Pandangan Islam.....	27
4. Lokasi	32
a. Pengertian Lokasi	32
b. Dimensi Lokasi	32
c. Faktor-Faktor Pemilihan Lokasi	33
d. Lokasi Dalam Pandangan Islam	34

5.	Produk Halal	34
a.	Pengertian Produk	34
b.	Pengertian Halal (<i>Consumer Products</i>)	36
c.	Pengertian Produk Halal	37
6.	Keputusan Pembelian	41
a.	Definisi Keputusan Pembelian	41
b.	Tahapan Keputusan Pembelian	42
c.	Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Keputusan Pembelian	43
d.	Keputusan Pembelian Dalam Pandangan Islam	44
B.	Penelitian Terdahulu	45
C.	Kerangka Berfikir	50
D.	Hipotesis Penelitian	51

BAB III METODE PENELITIAN

A.	Jenis dan Pendekatan	54
B.	Setting Penelitian	54
C.	Populasi dan Sampel	55
D.	Identifikasi Variabel Penelitian	56
E.	Definisi Operasional Variabel	57
F.	Sumber Data	59
G.	Teknik Pengumpulan Data	60
H.	Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen	61
I.	Uji Asumsi Klasik	62
J.	Teknik Analisis Data	65

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A.	Hasil Penelitian	67
1.	Gambaran Objek Penelitian	67
2.	Gambaran Umum Responden	69
3.	Deskripsi Hasil Data Responden	72
B.	Hasil Uji Instrumen	78
1.	Uji Validitas	78
2.	Uji Realibilitas	79
C.	Uji Asumsi Klasik	80
1.	Uji Normalitas	80
2.	Uji Heterokedalstisitas	81
3.	Uji Multikolinieritas	82
4.	Uji Autokorelasi	83

D. Hasil Analisis Data	84
1. Analisis Regresi Linier Berganda	84
2. Uji T (Parsial)	86
3. Uji F (Simultan)	88
4. Uji Koefisien Determinasi	89
E. Pembahasan	90
1. Uji Hipotesis	90

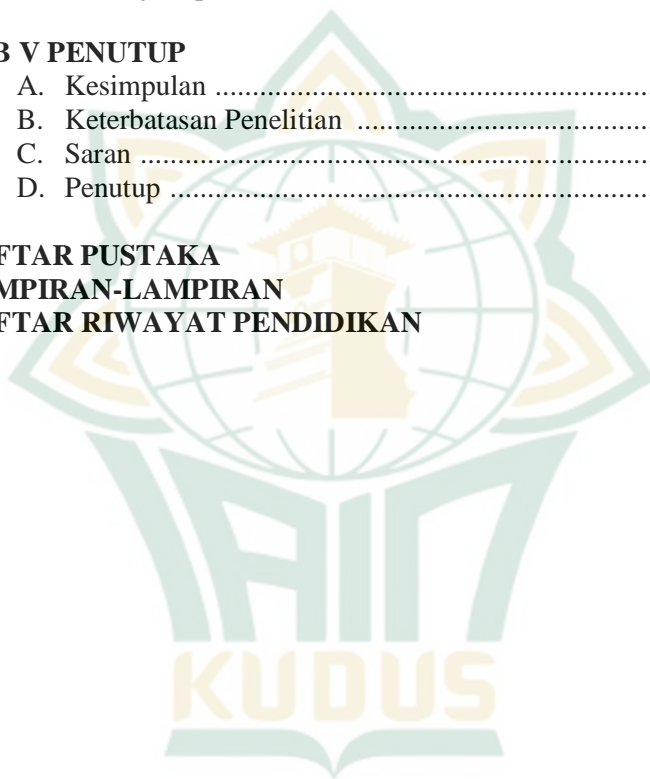
BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	99
B. Keterbatasan Penelitian	100
C. Saran	100
D. Penutup	101

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT PENDIDIKAN



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Jumlah Pengunjung B'lian Resto Undaan Kudus Tahun 2019-2021	10
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	46
Tabel 3.1.	Definisi Operasional Variabel	57
Tabel 4.1	Penyajian Data Jenis Kelamin Responden	69
Tabel 4.2.	Hasil Pengujian Usia Responden	70
Tabel 4.3.	Hasil Pengujian Pekerjaan Responden	71
Tabel 4.4.	Hasil Pengujian Pendapatan Bulanan Responden	71
Tabel 4.5.	Hasil Uji eWOM	72
Tabel 4.6.	Hasil Uji Lokasi	74
Tabel 4.7.	Hasil Uji Produk Halal	75
Tabel 4.8.	Hasil Uji Keputusan Pembelian	77
Tabel 4.9.	Hasil Pengujian Validitas	78
Tabel 4.10.	Hasil Pengujian Realibilitas	80
Tabel 4.11.	Hasil Pengujian Normalitas	81
Tabel 4.12.	Hasil Pengujian Heterokedastisitas	82
Tabel 4.13.	Hasil Pengujian Multikolinieritas	83
Tabel 4.14.	Hasil Pengujian Autokorelasi	84
Tabel 4.15.	Hasil Pengujian Regresi Linier Berganda	85
Tabel 4.16	Hasil Uji T	87
Tabel 4.17.	Hasil Pengujian F	88
Tabel 4.18	Hasil Uji Koefisien Determinasi Model Summary	89
Tabel 4.19	Ringkasan Hasil Pengujian Hipotesis	90

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berfikir 50

