

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	iii
PENGESAHAN.....	iv
PERNYATAAN KEASLIAN.....	v
MOTTO.....	vi
PERSEMBAHAN.....	vii
PRAKATA.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
ABSTRAK	xv
ABSTRACT.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi dan Pembatasan Masalah	6
C. Rumusan Masalah	8
D. Tujuan Penelitian	8
E. Hipotesis Penelitian	9
F. Kegunaan Penelitian	10
G. Penegasan Istilah	11

BAB II LANDASAN TEORI

A. Keputusan Pembelian	16
B. Gaya Hidup	19
C. Label Halal.....	23
D. Religiusitas	25
E. Kemampuan Finansial	27
F. Minat Beli	30
G. Penelitian Terdahulu.....	35
H Kerangka Konseptual.....	61

BAB III METODE PENELITIAN

A. Rancangan Penelitian	67
B. Populasi, Sampling dan Sampel Penelitian.....	67
C. Instrumen Penelitian	69
D. Sumber Data Penelitian dan Teknik Pengumpulan Data.....	72
E. Uji Coba Instrumen	74
F. Teknik Analisis Data	77

BAB IV HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Produk Kahf	82
1. Profil Produk Kahf	82
2. Sosial Media Kahf.....	84
B. Data Responden	85
C. Analisis Data Penelitian	89
1. Pengujian Convergent Validity	90

2. Pengujian Discriminant Validity	91
3. Mengevaluasi Reliability dan Average Variance Extracted (AVE).....	92
4. Pengujian Model Struktural (Inner Model).....	93
5. Pengujian Hipotesis Pengaruh Langsung.....	95
6. Pengujian Hipotesis Pengaruh Tidak Langsung.....	99

BAB V PEMBAHASAN

A. Pengaruh Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian pada konsumen Produk Kahf	102
B. Pengaruh Label Halal terhadap Keputusan Pembelian pada konsumen Produk Kahf	104
C. Pengaruh Religiusitas terhadap Keputusan Pembelian pada konsumen Produk Kahf	106
D. Pengaruh Kemampuan Finansial terhadap Keputusan Pembelian pada konsumen Produk Kahf	108
E. Pengaruh Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian melalui Minat Beli pada konsumen Produk Kahf	110
F. Pengaruh Label Halal terhadap Keputusan Pembelian melalui Minat Beli pada konsumen Produk Kahf	112
G. Pengaruh Religiusitas terhadap Keputusan Pembelian melalui Beli pada konsumen Produk Kahf	114
H. Pengaruh Kemampuan Finansial terhadap Keputusan Pembelian melalui Minat Beli pada konsumen Produk Kahf	115

I. Rekomendasi Model Jalur	117
----------------------------------	-----

BAB VI PENUTUP

A. Kesimpulan	118
---------------------	-----

B. Saran	120
----------------	-----

DAFTAR RUJUKAN

LAMPIRAN-LAMPIRAN