

DAFTAR ISI

SAMPUL.....	i
HALAMAN JUDUL	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
PERNYATAAN KEASLIAN.....	v
LEMBAR PUBLIKASI	vi
MOTTO	vii
PRAKATA	ix
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
ABSTRAK	xviii
<i>ABSTRACT</i>	xx
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah.....	10
C. Batasan Masalah	10
D. Rumusan Masalah.....	11
E. Tujuan Penelitian	11
F. Hipotesis Penelitian.....	12
G. Kegunaan Penelitian	13
1. Kegunaan Teoritis	13
2. Kegunaan Praktis.....	14
H. Penegasan Istilah	14
1. Penegasan Secara Konseptual	15
2. Penegasan secara Operasional.....	16
BAB II LANDASAN TEORI	18
A. Landasan Teori.....	18
1. Perilaku Konsumen	18
2. Perilaku Konsumsi Islam.....	20
3. Keputusan Pembelian	22

4. Religiousitas	24
5. <i>Theory of Planned Behavior</i>	29
6. Minat beli (<i>Intention</i>)	39
7. Konsep Halal	41
B. Penelitian Terdahulu	44
1. Pengaruh Religiousitas terhadap Keputusan Pembelian	44
2. Pengaruh Sikap terhadap Keputusan Pembelian	46
3. Pengaruh Norma Subjektif terhadap Keputusan Pembelian	49
4. Pengaruh Persepsi Kontrol Perilaku terhadap Keputusan Pembelian 51	
5. Pengaruh Tidak Langsung Religiousitas melalui minat terhadap Perilaku Pembelian	54
6. Pengaruh Tidak Langsung Sikap melalui Minat terhadap Perilaku Pembelian	56
7. Pengaruh Tidak Langsung Norma Subjektif melalui Minat terhadap Perilaku Pembelian	61
8. Pengaruh Tidak Langsung Persepsi Kontrol Perilaku melalui Minat terhadap Perilaku Pembelian	65
C. Kerangka Berfikir Penelitian (Konseptual)	66
BAB III METODE PENELITIAN	72
A. Pendekatan Penelitian dan Jenis Penelitian	72
1. Pendekatan Penelitian	73
2. Jenis Penelitian	73
B. Populasi, Sampling, dan Sampel Penelitian	74
C. Sumber Data, Skala Pengukuran, dan Variabel	75
D. Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian	77
1. Teknik Pengumpulan Data	77
2. Teknik Pernyataan (Angket)	77
E. Instrumen Penelitian	78
F. Uji Instrumen	81
G. Teknik Analisis Data	82
1. Pengujian <i>Outer Model</i> atau Model Pengukuran (<i>Measurement Model</i>)	83
2. Pengujian <i>Inner Model</i> atau Model Struktur (<i>Structural Model</i>)	85

H. Sistematika Pembahasan	87
BAB IV HASIL PENELITIAN.....	89
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	89
B. Hasil Penelitian	91
1. Data Deskripsi Responden.....	91
2. Deskripsi Variable Penelitian	95
C. Analisis Data Penelitian	109
1. Pengujian Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	110
2. Pengujian Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	115
3. Pengujian Hipotesis Pengaruh Langsung	116
4. Pengujian Hipotesis Pengaruh Tidak Langsung	120
BAB V PEMBAHASAN	123
A. Pengaruh Religiusitas terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Halal Wardah.....	123
B. Pengaruh Sikap terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Halal Wardah.....	125
C. Pengaruh Norma Subjektif terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Halal Wardah.....	127
D. Pengaruh Persepsi Kontrol Perilaku terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Halal Wardah	129
E. Pengaruh Religiusitas melalui Minat Beli terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Halal Wardah	131
F. Pengaruh Sikap melalui Minat Beli terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Halal Wardah	133
G. Pengaruh Norma Subjektif melalui Minat Beli terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Halal Wardah	136
H. Pengaruh Persepsi Kontrol Perilaku melalui Minat Beli terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Halal Wardah	139
BAB VI KESIMPULAN	141
A. Kesimpulan	141
B. Implikasi.....	143
C. Saran.....	145
DAFTAR PUSTAKA	147
LAMPIRAN 1 ANGKET	156

LAMPIRAN 2 HASIL PENGUJIAN SMARTPLS	159
LAMPIRAN 3 KARTU KENDALI.....	162
LAMPIRAN 4 KARTU BIMBINGAN	163
LAMPIRAN 5 <i>RECOMMEDED MODEL5</i> RECOMMEDED MODEL.....	166