

DAFTAR ISI

HALAMAN SKRIPSI LUAR	i
HALAMAN SKRIPSI DALAM	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN KATA PENGANTAR	vi
HALAMAN DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
ABSTRAK	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar belakang.....	1
B. Identifikasi masalah.....	7
C. Rumusan masalah.....	8
D. Tujuan penelitian.....	9
E. Manfaat penelitian.....	9
F. Ruang lingkup dan keterbatasan lingkungan	10
G. Penegasan istilah	10
H. Sistematika pembahasan skripsi.....	12

BAB II LANDASAN TEORI	14
A. Iklan.....	14
1. Pengertian iklan.....	14
2. Macam-macam iklan.....	16
3. Media iklan online.....	20
4. Fungsi iklan.....	24
5. Manfaat iklan	25
6. Anggapan negatif tentang iklan	26
7. Periklanan dalam perspektif islam	26
B. Perilaku konsumen	33
1. Pengertian perilaku konsumen	33
2. Ruang lingkup perilaku konsumen.....	36
3. Pentingnya perilaku konsumen	38
4. Faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen	39
C. Makanan halal	41
1. Pengertian makanan halal	41
D. Penelitian terdahulu.....	43
E. Kerangka konseptual	47
F. Hipotesis.....	48
BAB III METODE PENELITIAN	49
A. Pendekatan dan jenis penelitian	49

1. Pendekatan penelitian.....	49
2. Jenis penelitian	49
B. Populasi, sampling dan sampel penelitian	50
1. Populasi penelitian	50
2. Sampling penelitian.....	50
3. Sampel penelitian	51
C. Sumber data, variabel, dan skala pengukuran	52
1. Sumeber data.....	52
2. Variabel	53
3. Skala pengukuran	54
D. Teknik pengumpulan data dan instrumen penelitian.....	54
a. Teknik pengumpulan data	54
b. Instrumen penelitian.....	55
E. Analisis data	56
a. Uji validitas dan reliabilitas	56
b. Uji asumsi klasik.....	59
c. Uji normalitas.....	60
d. Uji regresi linier berganda.....	60
e. Uji hipotesis	61
1. Uji t (parsial)	61
2. Uji F (simultan).....	61
f. Uji koefisien determinasi	62

BAB IV HASIL PENELITIAN	63
A. Gambaran objek penelitian.....	63
B. Deskripsi responden	64
C. Deskripsi variabel penelitian.....	67
D. Analisis data	74
a. Uji validitas	74
b. Uji reliabilitas.....	77
c. Uji asumsi klasik.....	79
1. Uji multikolinieritas	79
2. Uji heteroskedastisitas.....	80
d. Uji normalitas.....	81
e. Regresi linier berganda	83
f. Uji hipotesis	85
1. Uji t (parsial)	85
2. Uji f (simultan).....	87
g. Uji koefisien determinasi	88
 BAB V PEMBAHASAN	 90
A. Pengaruh iklan televisi terhadap perilaku konsumen produk makanan halal pada masyarakat kalangan muda kab. Kediri	90
B. Pengaruh media sosial terhadap perilaku konsumen produk makanan halal pada masyarakat kalangan muda kab. Kediri	91

C. Pengaruh iklan televisi dan media sosial terhadap perilaku konsumen produk makanan halal pada masyarakat kalangan muda kab. Kediri.....	93
BAB VI PENUTUP	94
A. Kesimpulan.....	94
B. Saran	95

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN