

DAFTAR ISI

JUDUL HALAMAN LUAR.....	i
JUDUL HALAMAN DALAM.....	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	iii
PENGESAHAN PENGUJI.....	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
ABSTRAK.....	xv
ABSTRAC	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	11
1.3 Rumusan Masalah.....	13
1.4 Tujuan Penelitian.....	14
1.5 Ruang Lingkup dan Batasan Masalah.....	15
1.6 Manfaat Penelitian.....	16
1.7 Penegasan Istilah.....	17
1.8 Sistematika.....	19
BAB II LANDASAN TEORI.....	21
2.1 Kerangka Teori.....	21
2.2 Kajian Penelitian Terdahulu.....	35
2.3 Kerangka Berfikir.....	65
2.4 Hipotesis.....	69
BAB III METODE PENELITIAN.....	71
3.1 Pendekatan Penelitian dan Jenis Penelitian.....	71
3.2 Populasi, Sampling, dan Sampel Penelitian.....	72

3.3	Sumber Data, Variabel, dan Skala Pengukuran	74
3.4	Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian	75
3.5	Teknis Analisis Data	80
BAB IV HASIL PENELITIAN		85
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	85
4.2	Karakteristik Responden	88
4.3	Hasil Penelitian	89
BAB V PEMBAHASAN		110
5.1	Pengetahuan Produk dan Religiusitas Terhadap Keputusan Pembelian 110	
5.2	Pengetahuan Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	112
5.3	Religiusitas Terhadap Keputusan Pembelian.....	115
5.4	Pengetahuan Produk Terhadap Halal Awareness	118
5.5	Religiusitas Terhadap Halal Awareness.....	121
5.6	Pengetahuan Produk, Religiusitas, Dan Halal Awareness Terhadap Keputusan Pembelian	123
5.7	Pengetahuan Produk Melalui Keputusan Pembelian Terhadap Halal Awareness	126
5.8	Religiusitas Melalui Keputusan Pembelian Terhadap Halal Awareness 129	
BAB VI PENUTUP		132
DAFTAR PUSTAKA		138