

DAFTAR ISI

Halaman Sampul Depan.....	i
Halaman Judul.....	ii
Persetujuan Pembimbing.....	iii
Lembar Pengesahan	iv
Pernyataan Keaslian	v
Pernyataan Kesiapan Publikasi Karya Ilmiah	vi
Motto	vii
Persembahan	viii
Kata Pengantar	ix
Daftar Isi.....	xi
Daftar Tabel	xiii
Daftar Gambar.....	xiv
Daftar Lampiran	xv
Abstrak	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah dan Batasan Penelitian	14
C. Rumusan Masalah	16
D. Tujuan Penelitian	17
E. Kegunaan Penelitian.....	18
F. Ruang Lingkup Penelitian.....	19
G. Penegasan Variabel	20
H. Sistematika Penulisan Skripsi	25
BAB II LANDASAN TEORI	28
A. <i>Theory of Planned Behavior</i> (Teori Perilaku Terencana)	28
B. <i>Consumer Behavior Theory</i> (Teori Perilaku Konsumen)	30
C. Kesadaran Halal	31
D. <i>Fear of Missing Out (FOMO)</i>	34
E. Persepsi Harga.....	36
F. Keputusan Pembelian.....	39
G. Penelitian Terdahulu	42
H. Kerangka Teori.....	50

I. Hipotesis Penelitian.....	52
BAB III METODE PENELITIAN	54
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	54
B. Lokasi Penelitian.....	55
C. Variabel dan Pengukuran	55
D. Populasi, <i>Sampling</i> , dan Sampel Penelitian	58
E. Instrumen Penelitian.....	61
F. Teknik Pengumpulan Data.....	67
G. Teknik Analisis Data.....	68
H. Tahapan Penelitian	76
BAB IV HASIL PENELITIAN.....	79
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	79
B. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen.....	81
C. Hasil Pengumpulan Data.....	87
D. Deskripsi Karakteristik Responden.....	88
E. Deskripsi Data.....	90
F. Analisis Data	94
BAB V PEMBAHASAN	105
A. Pengaruh Kesadaran Halal, <i>Fear of Missing Out</i> (FOMO), dan Persepsi Harga Secara Simultan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Produk Kuliner Halal di Area <i>Car Free Day</i> Tulungagung.....	105
B. Pengaruh Kesadaran Halal terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Produk Kuliner Halal di Area <i>Car Free Day</i> Tulungagung	109
C. Pengaruh <i>Fear of Missing Out</i> (FOMO) terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Produk Kuliner Halal di Area <i>Car Free Day</i> Tulungagung	112
D. Pengaruh Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Produk Kuliner Halal di Area <i>Car Free Day</i> Tulungagung	115
BAB VI PENUTUP	118
A. Kesimpulan	118
B. Saran.....	119
DAFTAR PUSTAKA	121
LAMPIRAN – LAMPIRAN.....	126