

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iii
DECLARATION	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACT.....	viii
الملخص	ix
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	x
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
DAFTAR TABEL.....	xviii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xix
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Kesenjangan Penelitian	4
1.3. Tinjauan Penelitian	4
1.4. Ringkasan Hasil Penelitian	5
1.5. Sistematikan Penulisan	5
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1. Landasan Teori	7
2.1.1. Pengertian Pemasaran dalam Islam	7
2.1.2. Makanan Halal	7
2.1.2.1. Pengertian Makanan Halal	7
2.1.2.2. Dasar Hukum Makanan Halal	8
2.1.3. Norma Subjektif	8
2.1.3.1. Pengertian Norma Subjektif	8
2.1.3.2. Pengukuran Norma Subjektif	9
2.1.4. Kontrol Perilaku	9

2.1.4.1.	Pengertian Kontrol Perilaku	9
2.1.4.2.	Pengukuran Kontrol Perilaku	10
2.1.5.	Pengertian Tentang Halal	10
2.1.5.1.	Pengertian Pengetahuan Tentang Halal	10
2.1.5.2.	Pengukuran Pengetahuan Tentang Halal	11
2.1.6.	Sikap	11
2.1.6.1.	Pengertian Sikap	11
2.1.6.2.	Pengukuran Sikap	12
2.1.7.	Niat Beli	12
2.1.7.1.	Pengertian Niat Beli	12
2.1.7.2.	Pengukuran Niat Beli	14
2.2.	Hubungan Antar Variabel	14
2.2.1.	Hubungan Norma Subjektif Terhadap Niat Beli	14
2.2.2.	Hubungan Kontrol Perilaku Terhadap Niat Beli	15
2.2.3.	Hubungan Pengetahuan Tentang Halal Terhadap Niat Beli	16
2.2.4.	Hubungan Sikap Terhadap Niat Beli	17
2.2.5.	Hubungan Norma Subjektif terhadap Niat Beli Melalui Sikap	18
2.2.6.	Hubungan Kontrol Perilaku Terhadap terhadap Niat Beli Melalui Sikap	18
2.2.7.	Hubungan Pengetahuan Tentang Halal Terhadap terhadap Niat Beli Melalui Sikap	19
2.3.	Model Analisis	20
2.4.	Penelitian Sebelumnya	20
2.5.	Hipotesis	21
BAB 3	METODOLOGI PENELITIAN	23
3.1.	Pendekatan Penelitian	23
3.2.	Definisi Operasional Variabel	23
3.2.1.	Variabel Eksogen	23
3.2.1.1.	Norma Subjektif	23

3.2.1.2. Kontrol Perilaku	24
3.2.1.3. Pengetahuan Tentang Halal	24
3.2.2. Variabel <i>Intervening</i>	24
3.2.2.1. Sikap	24
3.2.3. Variabel Endogen	25
3.2.3.1. Niat beli	25
3.3. Jenis dan Sumber Data	25
3.4. Populasi dan Sampel	26
3.4.1. Populasi	26
3.4.2. Sampel	26
3.5. Teknik Analisis Data	27
BAB 4 HASIL PENELITIAN	28
4.1. Gambara Umum	28
4.2. <i>Screening Question</i>	29
4.3. Karakteristik Responden	29
4.4. Hasil Analisis Deskriptif	31
4.4.1. Karakteristik Norma Subjektif (X_1)	32
4.4.2. Karakteristik Kontrol Perilaku (X_2)	33
4.4.3. Karakteristik Pengetahuan tentang Halal (X_3)	34
4.4.4. Karakteristik Sikap (Z)	35
4.4.5. Karakteristik Niat beli (Y)	36
4.5. Hasil Analisis <i>Partial Least Square</i> (PLS)	37
4.6. Evaluasi <i>Outer Model</i>	37
4.6.1. Uji <i>Convergen Validity</i>	37
4.6.2. Uji Validitas <i>Discriminant Validity</i>	40
4.6.3. Uji Validitas <i>Average Variance Extracted</i> (AVE).....	40
4.6.4. <i>Composite Reliability</i>	41
4.7. Evaluasi Inner Model	42
4.7.1. Koefisien Determinasi (R^2)	42
4.7.2. <i>Predictive Relevance</i> (Q^2)	43
4.7.3. Pengujian Hipotesis	43

4.8.	Pembahasan	47
4.8.1.	Hubungan Norma Subjektif dengan Niat beli	47
4.8.2.	Hubungan Kontrol Perilaku dengan Niat beli	48
4.8.3.	Hubungan Pengetahuan tentang Halal dengan Niat Beli	49
4.8.4.	Hubungan Sikap dengan Niat beli	51
4.8.5.	Hubungan Norma Subjektif dengan Niat beli Melalui Sikap	52
4.8.6.	Hubungan Kontrol Perilaku dengan Niat beli Melalui Sikap	53
4.8.7.	Hubungan Pengetahuan Tentang Halal dengan Niat beli Melalui Sikap	53
BAB 5	KESIMPULAN DAN SARAN	55
5.1.	Ringkasan Hasil	55
5.2.	Kesimpulan	55
5.3.	Saran	56
5.3.1.	Bagi Pelaku Bisnis	57
5.3.2.	Bagi Penelitian Selanjutnya	57
5.4.	Keterbatasan	58

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.3.	Model Analisis	20
Gambar 4.1.	Konstruk <i>Convergent Validity</i>	37
Gambar 4.2.	Konstruk <i>Convergent Validity</i> Hasil Reduksi Indikator Tidak Valid	39
Gambar 4.3.	Konstruk <i>Bootstrapping</i>	44

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1.	Jumlah Penduduk Menurut Agama yang Dianut di Surabaya Tahun 2008 - 2016 (jiwa)	3
Tabel 4.1.	Deskriptif Profil Responden Berdasarkan <i>Screening Question</i> ..	29
Tabel 4.2.	Karakteristik Responden	30
Tabel 4.3.	Kategori Rata-Rata Jawaban Responden	32
Tabel 4.4.	Hasil Deskripsi Norma Subjektif	32
Tabel 4.5.	Hasil Deskripsi Kontrol Perilaku	33
Tabel 4.6.	Hasil Deskripsi Pengetahuan tentang Halal	34
Tabel 4.7.	Hasil Deskripsi Sikap	35
Tabel 4.8.	Hasil Deskripsi Niat beli	36
Tabel 4.9.	Hasil Pengujian Validitas Konvergen	38
Tabel 4.10.	Hasil Reduksi Indikator Tidak Valid pada Validitas Konvergen	39
Tabel 4.11.	Hasil Pengujian Validitas Diskriminan <i>Cross Loading</i>	40
Tabel 4.12.	Hasil Pengujian Validitas Konstruksi Menggunakan AVE	41
Tabel 4.13.	Hasil Pengujian Reliabilitas Konstruksi	42
Tabel 4.14.	Hasil Koefisien Determinasi (R^2)	42
Tabel 4.15.	Hasil Pengujian Predictive Relevance (Q^2)	43
Tabel 4.16.	Hasil Pengujian Hipotesis	44

DAFTAR LAMPIRAN

- LAMPIRAN 1 : Kuisisioner Penelitian
- LAMPIRAN 2 : Karakteristik Responden
- LAMPIRAN 3 : Hasil Analisis Deskriptif
- LAMPIRAN 4 : Hasil SEM PLS (Gambar *Convergent Validity*)
 - Hasil SEM PLS (*Outer Loading*)
 - Hasil SEM PLS (Gambar *Convergent Validity (Valid)*)
 - Hasil SEM PLS (*Outer Loading (Valid)*)
 - Hasil SEM PLS (*Cross Loading*)
 - Hasil SEM PLS (*Construct Reliability and Validity*)
 - Hasil SEM PLS (*Q Square*)
 - Hasil SEM PLS (*R Square*)
 - Hasil SEM PLS (Gambar *Bootstrapping*)
 - Hasil SEM PLS (*Path Analysis*)
 - Hasil SEM PLS (*Indirect Effect*)