

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL DEPAN	i
HALAMAN JUDUL BELAKANG	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
RIWAYAT HIDUP	vi
PERSEMBAHAN	vii
MOTTO	viii
ABSTRAK.....	ix
ABSTRACT	x
KATA PENGHANTAR.....	xi
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR GAMBAR.....	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
 BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Ruang Lingkup Penelitian.....	7
1.4 Tujuan Penelitian	7
1.5 Manfaat Penelitian	7
1.6 Sistematika Penulisan	8
 BAB II LANDASAN TEORI	
2.1 Grand Theory.....	10
2.1.1 Fungsi Sikap.....	12
2.1.2 Faktor Pengukuran Sikap	14
2.1.3 Karakteristik Sikap Konsumen.....	15

2.1.4	Indikator Sikap Terhadap Produk Halal	16
2.2	Produk	17
2.3	Produk Halal	18
2.3.1	Atribut Produk Halal	19
2.4	Pengukuran Sikap Konsumen.....	21
2.5	Penelitian Terdahulu	23
2.6	Kerangka Pemikiran.....	25
BAB III METODE PENELITIAN		
3.1	Jenis Penelitian	24
3.2	Sumber Data	24
3.3	Metode Pengumpulan Data	24
3.4	Populasi dan Sampel	25
3.4.1	Populasi.....	25
3.4.2	Sampel	25
3.5	Definisi Operasi	27
3.6	Uji Persyaratan Instrumen.....	28
3.6.1	Uji Validitas	28
3.6.2	Uji Reliabilitas.....	29
3.7	Analisis Fishbein	29
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		
4.1	Deskripsi data	33
4.1.1	Deskripsi Karakteristik Responden	33
4.1.2	Deskripsi Jawaban Responden	37
4.2	Hasil Uji Persyaratan Instrumen.....	43
4.2.1	Hasil Uji Validitas	43
4.2.2	Hasil Uji Reliabilitas	45
4.3	Analisis Fishbein	45
4.3.1	Perhitungan Rata-rata Variable Kepentingan (ei) dan Kepercayaan (bi)	46
4.3.2	Matriks Sikap Fishbein	49
4.4	Hasil dan Pembahasan	52

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

5.1	Simpulan	54
5.2	Saran	54
5.2.1	Bagi Perusahaan	54
5.2.2	Bagi Penelitian Selanjutnya	54

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

TABEL	Halaman
2.1 Penelitian Terdahulu	20
3.1 Pengukuran Kepentingan (ei) Semantic Differensial	25
3.2 Pengukuran Kepercayaan (bi) Semantic Differensial	25
3.3 Definisi Operasional	27
3.4 Interpretasi Nilai r	29
4.1 Sebaran Agama	33
4.2 Sebaran Jenis Kelamin.....	34
4.3 Sebaran Usia	34
4.4 Tingkat Pendidikan Terakhir Responden	35
4.5 Sebaran Pekerjaan	35
4.6 Sebaran Pendapatan.....	36
4.7 Domisili	36
4.8 Hasil Jawaban Kepentingan (ei).....	38
4.9 Hasil Jawaban Kepercayaan (bi)	40
4.10 Uji Validitas Pernyataan Kepentingan (ei)	42
4.11 Uji Validitas Pernyataan Kepercayaan (bi)	43
4.12 Interpretasi Nilai r	44
4.13 Skor Dan Nilai Rata-rata Kepentingan (ei).....	46
4.14 Skor Dan Nilai Rata-rata Kepercayaan (bi)	47
4.15 Skor Maksimal Sikap.....	50
4.16 Skala Interval	51
4.17 Total Nilai Sikao	51

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
1.1 Grafik daftar sertifikat halal LPPOM MUI periode 2011-2018	3
2.1 Grand Theory	10
2.2 Komponen sikap	12
2.6 Kerangka Pemikiran.....	23

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2 Hasil Jawaban Responden
- Lampiran 3 Hasil Uji Karakteristik Responden (Agama, Jenis Kelamin, Usia, Pendidikan, Pekerjaan, Pendapatan Dan Domisili)
- Lampiran 4 Hasil Uji Frekuensi Jawaban Responden Kepercayaan (Bi)
- Lampiran 5 Hasil Uji Frekuensi Jawaban Responden Kepentingan (Ei)
- Lampiran 6 Deskripsi Jawaban Responden Nilai Kepercayaan (Bi)
- Lampiran 7 Deskripsi Jawaban Responden Nilai Kepentingan (Ei)
- Lampiran 8 Hasil Uji Reliabilitas Pernyataan Kepercayaan (Bi) Dan Kepentingan (Ei).

- Lampiran 9 Interpretasi Nilai r

- Lampiran 10 Total Nilai Sikap AB

- Lampiran 11 Uji Validitas Kepercayaan (bi)

- Lampiran 12 Uji Validitas Kepentingan (ei)