

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR KETERANGAN BEBAS PLAGIARISME.....	iv
PEDOMAN TRANSLITERASI	v
ABSTRAK	xii
RIWAYAT HIDUP.....	xiii
KATA PENGANTAR.....	xv
DAFTAR ISI.....	xviii
DAFTAR GAMBAR	xx
DAFTAR TABEL	xxi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	10
C. Tujuan Penelitian.....	10
D. Manfaat penelitian.....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	13
A. Konsep dan Teori.....	13
1. Teori Konsumsi dalam Islam.....	13
2. <i>Theory of Planned Behavior</i> (Teori Perilaku Terencana).....	15
3. Keputusan Pembelian.....	18
4. Kesadaran Halal	23
5. Kualitas Produk.....	29
6. Citra Merek	33
7. Generasi Z	37
B. Kajian Penelitian Terdahulu	38
C. Kerangka Berpikir	43
D. Hipotesis.....	45
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	47
A. Metode dan Pendekatan	47
B. Jenis dan Sumber Data	47
C. Populasi dan Sampel	49
D. Teknik Pengambilan Sampel.....	50
E. Operasional Variabel.....	51

E. Teknik Pengumpulan Data.....	54
F. Teknik Analisis Data	55
G. Tempat dan Waktu Penelitian.....	65
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	66
A. Hasil Penelitian	66
B. Pembahasan.....	107
BAB V PENUTUP	122
A. Kesimpulan	122
B. Saran	123
DAFTAR PUSTAKA.....	125
LAMPIRAN.....	131

