

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
LEMBAR PERNYATAAN	ii
LEMBAR PERSETUJUAN	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian Dan Kegunaanya	6
1. Manfaat Teoritis	6
2. Manfaat Praktis.....	7
D. Penelitian Terdahulu.....	7
E. Kerangka Berfikir	16
F. Hipotesis.....	18
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	19
A. Persepsi.....	19
1. Pengertian Persepsi.....	19
2. Macam – Macam Persepsi.....	20
B. Halal.....	23
1. Definisi Halal.....	23
2. Dasar Hukum Halal	23
C. Label Halal.....	26
1. Label.....	26
2. Definisi Label Halal	28
BAB III METODE PENELITIAN	31

A. Jenis Penelitian	31
B. Populasi Dan Sampel	31
1. Populasi	31
2. Sampel	32
C. Teknik Pengumpulan Data	33
D. Jenis Dan Sumber Data.....	34
E. Definisi Operasional Variabel.....	34
F. Uji Instrumen Penelitian.....	37
1. Uji Validitas	37
2. Uji Reliabilitas.....	37
G. Teknik Analisis Data	37
1. Pembentukan Model Regresi Logistik	38
2. Uji Kelayakan Model Regresi	40
3. Uji Keseluruhan Model (Overall Model Fit).....	40
4. Uji Hipotesis.....	40
H. Tempat dan Waktu Penelitian	43
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	44
A. Deskripsi Data.....	44
B. Pengujian Hasil Hipotesis	46
1. Uji Validitas dan Reliabilitas	46
2. Analisis Deskriptif.....	49
3. Analisis Regresi Logistik	62
C. Pembahasan Hasil Penelitian	76
1. Analisis Pengaruh Faktor Tingkat Pendidikan Terhadap Persepsi Masyarakat Mengenai Labelisasi Halal Pada Produk Non Makanan	76
2. Analisis Pengaruh Faktor Usia Terhadap Persepsi Masyarakat Mengenai Labelisasi Halal Pada Produk Non Makanan	77
3. Analisis Pengaruh Faktor Pendapatan Terhadap Persepsi Masyarakat Mengenai Labelisasi Halal Pada Produk Non Makanan	79
4. Analisis Pengaruh Faktor Pemahaman Terhadap Persepsi Masyarakat Mengenai Labelisasi Halal Pada Produk Non Makanan	80

5. Analisis Pengaruh Faktor Akses Media Informasi Terhadap Persepsi Masyarakat Mengenai Labelisasi Halal Pada Produk Non Makanan.....	82
6. Analisis Pengaruh Faktor Pengalaman Terhadap Persepsi Masyarakat Mengenai Labelisasi Halal Pada Produk Non Makanan	83
7. Analisis Pengaruh Faktor Tingkat Pendidikan, Usia, Pendapatan, Pemahaman, Akses Media Informasi dan Pengalaman Terhadap Persepsi Masyarakat Mengenai Labelisasi Halal Pada Produk Non Makanan.....	85
BAB V PENUTUP.....	87
A. Kesimpulan	87
B. Saran.....	87
DAFTAR PUSTAKA	89
LAMPIRAN – LAMPIRAN.....	92
RIWAYAT HIDUP.....	109

