

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERNYATAAN	ii
ABSTRAK	iii
<i>ABSTRACT</i>	iv
PEDOMAN TRANSLITERASI	v
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	11
C. Tujuan Penelitian	12
D. Manfaat Penelitian	13
BAB II LANDASAN TEORI	15
A. Landasan Teori	15
1. Keputusan Pembelian	15
2. Inovasi Produk	19
3. <i>Halal awareness</i>	26

4.	<i>Social media marketing</i>	32
5.	Minat Beli	38
B.	Penelitian Terdahulu	45
C.	Kerangka Pemikiran	49
D.	Hipotesis	52
BAB III	METODE PENELITIAN	56
A.	Metode Penelitian	56
B.	Operasional Variabel.....	57
C.	Populasi dan Sampel	62
D.	Teknik Pengumpulan Data.....	63
E.	Instrumen Penelitian.....	64
F.	Teknik Analisis Data dan Uji Hipotesis.....	71
G.	Waktu dan Tempat Penelitian.....	76
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	78
A.	Profil Objek Penelitian	78
1.	Profil dan Sejarah <i>Street food</i> Tasikmalaya.....	78
B.	Karakteristik Responden.....	79
1.	Deskripsi Berdasarkan Usia.....	79
2.	Deskripsi Berdasarkan Jenis Kelamin	80
3.	Deskripsi Berdasarkan Pekerjaan	81

4.	Deskripsi Berdasarkan Domisili	82
5.	Deskripsi Berdasarkan Lokasi <i>Street food</i>	82
6.	Deskripsi Berdasarkan Pendapatan.....	83
C.	Hasil Penelitian.....	84
1.	Evaluasi Model Pengukuran (Outer Model).....	84
2.	Evaluasi Model Struktural (Inner Model).....	91
3.	Uji Hipotesis	93
D.	Hasil dan pembahasan	99
1.	Pengaruh Inovasi Produk (X1) terhadap Minat Beli (Z) produk <i>street food</i> di Kota Tasikmalaya	99
2.	Pengaruh Halal awareness (X2) terhadap Minat Beli (Z) produk <i>street food</i> di Kota Tasikmalaya	101
3.	Pengaruh <i>Social Media</i> Marketing (X3) terhadap Minat Beli (Z) produk <i>street food</i> di Kota Tasikmalaya	102
4.	Pengaruh Inovasi Produk (X1) terhadap Keputusan Pembelian (Y) produk <i>street food</i> di Kota Tasikmalaya....	104
5.	Pengaruh <i>Halal awareness</i> (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y) produk <i>street food</i> di Kota Tasikmalaya....	106
6.	Pengaruh <i>Social Media</i> Marketing (X3) terhadap Keputusan Pembelian (Y) produk <i>street food</i> di Kota Tasikmalaya	107

7.	Pengaruh Minat Beli (Z) terhadap Keputusan Pembelian (Y) produk <i>street food</i> di Kota Tasikmalaya.....	109
8.	Pengaruh Inovasi Produk (X1) terhadap Keputusan Pembelian (Y) dengan Minat Beli (Z) produk <i>street food</i> di Kota Tasikmalaya	111
9.	Pengaruh <i>Halal awareness</i> (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y) dengan Minat Beli (Z) produk <i>street food</i> di Kota Tasikmalaya	112
10.	Pengaruh <i>Social Media Markting</i> (X3) terhadap Keputusan Pembelian (Y) dengan Minat Beli (Z) produk <i>street food</i> di Kota Tasikmalaya	114
BAB V	PENUTUP	117
A.	Simpulan	117
B.	Saran	119
DAFTAR PUSTAKA.....		121
LAMPIRAN		129
	Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	129
	Lampiran 2 Nilai T Tabel	135