

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI	ii
PENGESAHAN MUNAQOSYAH	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
ABSTRAK	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Manfaat Penelitian.....	7
E. Sistematika Penulisan.....	8
BAB II LANDASAN TEORI	10
A. Deskripsi Teori	10
1. <i>Theory Of Planned Behavior</i>	10
2. <i>Visual Merchandising</i>	11
3. <i>Religious Knowledge</i>	15
4. <i>Experiential Marketing</i>	18
5. <i>Purchase Intention</i>	21
B. Penelitian Terdahulu.....	25
C. Kerangka Berfikir.....	28
D. Hipotesis.....	29
BAB III METODE PENELITIAN	32
A. Jenis dan Pendekatan.....	32
B. Populasi dan Sampel	32
C. Desain dan Operasional Variabel	34
D. Teknik Pengumpulan Data	41
E. Teknik Analisis Data.....	42
1. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen	43
2. Uji Asumsi Klasik.....	44
3. Regresi Linier Berganda	46

4. Koefisien Determasi.....	46
5. Uji F.....	47
6. Uji t.....	47
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	48
A. Gambaran Objek Penelitian	48
B. Karakteristik Responden	49
C. Deskriptif variabel penelitian	50
D. Hasil Uji Instrumen.....	55
1. Uji Validitas dan Reliabilitas	55
2. Hasil Uji Asumsi Klasik.....	57
3. Hasil Uji Hipotesis	60
E. Pembahasan Penelitian.....	64
1. Pengaruh <i>Visual Merchandising</i> terhadap <i>Purchase Intention</i>	64
2. Pengaruh <i>Religious Knowledge</i> terhadap <i>Purchase Intention</i>	65
3. Pengaruh <i>Experiential Marketing</i> terhadap <i>Purchase Intention</i>	65
BAB V PENUTUP.....	67
A. Kesimpulan	67
B. Saran	67
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	26
Tabel 3.1 Definisi Operasional.....	35
Tabel 3.2 Skala Perbandingan.....	41
Tabel 4.1 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	49
Tabel 4.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia.....	49
Tabel 4.3 Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	50
Tabel 4.4 Deskripsi Variabel <i>Visual Merchandising</i>	51
Tabel 4.5 Deskripsi Variabel <i>Religious Knowledge</i>	52
Tabel 4.6 Deskripsi Variabel <i>Experiental Marketing</i>	53
Tabel 4.7 Deskripsi Variabel <i>Purchase Intention</i>	54
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas <i>Visual Merchandising</i>	55
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas <i>Religious Knowledge</i>	55
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas <i>Experiental Marketing</i>	56
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas <i>Purchase Intention</i>	56
Tabel 4.12 Hasil Uji Reliabilitas.....	56
Tabel 4.13 Hasil Uji Multikolinieritas.....	59
Tabel 4.14 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	60
Tabel 4.15 Hasil Uji Koefisien Determinan.....	61
Tabel 4.16 Hasil Uji F.....	62
Tabel 4.17 Hasil Uji T.....	63

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka berfikir.....	29
Gambar 4.1 Logo Ayam Geprek Sa'I.....	48
Gambar 4.3 Hasil Uji Normalitas Histogram	57
Gambar 4.4 Hasil Uji Normalitas Probability Plot	58
Gambar 4.5 Hasil Uji Heteroskedastissitas.....	59

