

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI	ii
PENGESAHAN MUNAQSAH	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
MOTTO	vii
PERSEMBAHAN	viii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	x
KATA PENGANTAR	xi
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	13
C. Tujuan Penelitian	13
D. Manfaat Penelitian	14
E. Sistematika Penulisan	15
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Deskripsi Teori.....	16
1. Theory of Reasoned Action (TRA) dan Theory of Planned Behavior (TPB)	16
2. Citra Merek	17
3. Kepercayaan Merek	22
4. Kepuasan Konsumen	25
5. Loyalitas Konsumen	27
B. Penelitian Terdahulu	30
C. Kerangka Berfikir	42
D. Hipotesis.....	42
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	48
B. Setting Penelitian	48
C. Populasi dan Sampel	49
D. Desain dan Definisi Operasional Variabel.....	49
E. Teknik Pengumpulan Data.....	54
F. Teknik Analisis Data.....	56
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Hasil Penelitian	62
1. Gambaran Objek Penelitian	62

2. Gambaran Umum Responden	62
3. Deskripsi Data Variabel Penelitian	65
4. Analisis Data	71
B. Pembahasan dan Analisis Hasil Penelitian	81
1. Pengaruh Citra Merek terhadap Kepuasan Konsumen	81
2. Pengaruh Kepercayaan Merek terhadap Kepuasan Konsumen	83
3. Pengaruh Citra Merek terhadap Loyalitas Konsumen	84
4. Pengaruh Kepercayaan Merek terhadap Loyalitas Konsumen	86
5. Pengaruh Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Merek	87
6. Pengaruh Citra Merek terhadap Loyalitas Konsumen Dimediasi oleh Kepuasan Konsumen	89
7. Pengaruh Kepercayaan Merek terhadap Loyalitas Konsumen Dimediasi oleh Kepuasan Konsumen	90
BAB V PENUTUP	
A. Simpulan	93
B. Saran	94
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data Kisaran Harga Produk Zakiyah Kaftan.....	6
Tabel 1. 2 Data Omzet Penjualan Produk Zakiyah Kaftan.....	6
Tabel 1. 3 Data Jumlah Konsumen Zakiyah Kaftan.....	7
Tabel 2. 1 Hasil Penelitian Terdahulu	31
Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel	51
Tabel 3. 2 Jumlah Skor dalam Skala Likert.....	55
Tabel 3. 3 Data Subjek Penelitian	56
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	63
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	63
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	64
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Lamanya Menjadi Konsumen Zakiyah Kaftan.....	64
Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Fekuensi Pembelian	65
Tabel 4. 6 Deskripsi Data Variabel Citra Merek	66
Tabel 4. 7 Deskripsi Data Variabel Kepercayaan Merek	67
Tabel 4. 8 Deskripsi Data Variabel Kepuasan Konsumen	68
Tabel 4. 9 Deskripsi Data Variabel Loyalitas Konsumen	70
Tabel 4. 10 Hasil Uji Convergent Validity	72
Tabel 4. 11 Nilai Average Variance Extracted (AVE).....	73
Tabel 4. 12 Hasil Uji Discriminant Validity Berdasarkan Nilai Cross Loading.....	73
Tabel 4. 13 Hasil Uji Discriminant Validity Berdasarkan Fornell-Larcker Criterion	74
Tabel 4. 14 Hasil Uji Discriminant Validity Berdasarkan HTMT	75
Tabel 4. 15 Hasil Uji Reliabilitas Berdasarkan Nilai Outer Loading.....	75
Tabel 4. 16 Hasil Uji Reliabilitas Berdasarkan Nilai Cronbach's Alpha dan Composite Reliability	76
Tabel 4. 17 Hasil Nilai R-Square.....	76
Tabel 4. 18 Hasil Nilai Effect Size (f^2).....	77
Tabel 4. 19 Hasil Path Coefficients	78
Tabel 4. 20 Nilai Model Fit	78
Tabel 4. 21 Hasil Direct Effect.....	79
Tabel 4. 22 Hasil Indirect Effect	81

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data Kontribusi Subsektor Ekonomi Kreatif Terhadap PDB.....	2
Gambar 1. 2 8 Negara dengan Populasi Muslim Terbanyak Tahun 2022	4
Gambar 2. 1 Kerangka Berfikir	42
Gambar 4. 1 Diagram PLS	71

