

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI .....</b>	<b>ii</b>
<b>PENGESAHAN MUNAQOSAH .....</b>	<b>iii</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>v</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>vi</b>
<b>PERSEMBAHAN .....</b>	<b>vii</b>
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI .....</b>	<b>viii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR SINGKATAN .....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xvi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	8
C. Tujuan Penelitian.....	8
D. Manfaat Penelitian.....	9
E. Sistematika Penulisan.....	9
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b>	
A. Deskripsi Teori .....	11
1. Theory of Planned Behavior .....	11
2. Ekuitas Merek (Brand Equity) .....	12
a. Kesadaran Merek .....	14
b. Persepsi Kualitas .....	15
c. Asosiasi Merek.....	16
d. Loyalitas Merek .....	18
3. Ekuitas Merek dalam Perspektif Islam.....	20
4. Minat Beli Ulang.....	24
B. Penelitian Terdahulu.....	26
C. Kerangka Berpikir .....	30
D. Hipotesis .....	31
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	33
B. Setting Penelitian.....	33
C. Populasi dan Sampel .....	33
D. Desain dan Definisi Operasional Variabel .....	35
E. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen .....	38

F. Teknik Pengumpulan Data .....	43
G. Uji Asumsi Klasik .....	44
H. Teknik Analisis Data .....	46
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	
A. Hasil Penelitian.....	50
1. Gambaran Objek Penelitian .....	50
a. Profil Perusahaan .....	50
b. Visi dan Misi Perusahaan.....	50
c. Struktur Organisasi.....	51
d. Pilar Perusahaan.....	51
e. Produk-Produk HNI HPAI.....	53
2. Analisis Data .....	53
a. Responden berdasarkan jenis kelamin .....	54
b. Responden berdasarkan usia .....	55
c. Responden berdasarkan pekerjaan .....	55
d. Responden berdasarkan penghasilan per bulan.....	56
e. Responden berdasarkan lama pemakaian produk .....	57
3. Uji Validitas .....	57
4. Uji Reliabilitas .....	59
5. Uji Asumsi Klasik.....	60
a. Uji Normalitas.....	60
b. Uji Multikolinieritas.....	62
c. Uji Heteroskedastisitas.....	63
6. Uji Statistik.....	65
a. Uji t (Parsial).....	65
b. Uji F (Simultan).....	67
c. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	68
B. Pembahasan.....	69
1. Pengaruh kesadaran merek pada produk HNI HPAI terhadap minat beli ulang konsumen .....	69
2. Pengaruh persepsi kualitas pada produk HNI HPAI terhadap minat beli ulang konsumen .....	70
3. Pengaruh asosiasi merek pada produk HNI HPAI terhadap minat beli ulang konsumen .....	70
4. Pengaruh loyalitas merek pada produk HNI HPAI terhadap minat beli ulang konsumen .....	71

5. Pengaruh kesadaran merek, persepsi kualitas, asosiasi merek, dan loyalitas merek pada produk HNI HPAI terhadap minat beli ulang konsumen.....	72
--	----

**BAB V PENUTUP**

A. Simpulan.....	74
B. Saran-saran .....	74

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN-LAMPIRAN**

**DAFTAR RIWAYAT HIDUP**



## DAFTAR SINGKATAN

MLM	: <i>Multi Level Marketing</i>
APLI	: Asosiasi Penjual Langsung Indonesia
DSN-MUI	: Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia
WFDSA	: <i>World Federation of Direct Selling Association</i>
HNI	: Halal Network International
HPAI	: Herba Penawar Alwahida Indonesia
PLBS	: Penjualan Langsung Berjenjang Syariah



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Daftar Perusahaan Penjualan Langsung Berjenjang Syariah .....	3
Tabel 2.1	Hasil Penelitian Terdahulu .....	26
Tabel 2.2	Kerangka Pikir Penelitian .....	30
Tabel 3.1	Definisi Operasional Variabel .....	36
Tabel 3.2	Hasil Uji Validitas Variabel X1 .....	39
Tabel 3.3	Hasil Uji Validitas Variabel X2 .....	39
Tabel 3.4	Hasil Uji Validitas Variabel X3 .....	40
Tabel 3.5	Hasil Uji Validitas Variabel X4 .....	41
Tabel 3.6	Hasil Uji Validitas Variabel Y .....	41
Tabel 3.7	Hasil Uji Reliabilitas .....	42
Tabel 4.1	Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	54
Tabel 4.2	Responden Berdasarkan Usia .....	54
Tabel 4.3	Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	55
Tabel 4.4	Responden Berdasarkan Penghasilan Per Bulan ....	56
Tabel 4.5	Responden Berdasarkan Lama Pemakaian Produk .....	57
Tabel 4.6	Hasil Uji Validitas Variabel Kesadaran Merek (X1) .....	57
Tabel 4.7	Hasil Uji Validitas Variabel Persepsi Kualitas (X2) .....	58
Tabel 4.8	Hasil Uji Validitas Variabel Asosiasi Merek (X3) .....	58
Tabel 4.9	Hasil Uji Validitas Variabel Loyalitas Merek (X4) .....	59
Tabel 4.10	Hasil Uji Validitas Variabel Minat Beli Ulang (Y) .....	59
Tabel 4.11	Hasil Uji Reliabilitas .....	60
Tabel 4.12	Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov .....	62
Tabel 4.13	Hasil Uji Multikolinearitas .....	63
Tabel 4.14	Hasil Uji Glejser .....	65
Tabel 4.15	Hasil Uji Parsial .....	66
Tabel 4.16	Hasil Uji Simultan .....	67
Tabel 4.17	Hasil Uji Koefisien Determinasi .....	68

**DAFTAR GAMBAR**

Gambar 4.1 Hasil Uji Probability Plot ..... 61  
Gambar 4.2 Hasil Uji Scatterplot ..... 64

