

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
PENGESAHAN SKRIPSI	iii
SURAT PERNYATAAN.....	iv
MOTTO.....	v
PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRAK	x
DAFTAR ISI.....	xi
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Batasan Penelitian.....	7
C. Rumusan Masalah.....	7
D. Tujuan Penelitian	8
E. Manfaat Penelitian	8
F. Sistematika Penulisan.....	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA	
A. Tinjauan Tentang <i>Brand Image</i>	11
1. Pengertian Citra Merek (<i>Brand Image</i>)	11
2. Manfaat Merek (<i>Brand</i>)	12
3. Pengukuran Citra Merek (<i>Brand Image</i>)	12
4. <i>Brand Image</i> dalam Pandangan Islam	13
B. Tinjauan tentang <i>Brand Trust</i>	15
1. Pengertian Kepercayaan Merek (<i>Brand Trust</i>)	15
2. Faktor Kepercayaan Merek.....	16
3. Komponen Kepercayaan Merek.....	17
4. <i>Brand Trust</i> dalam Pandangan Islam	17
C. Tinjauan tentang Kualitas Pelayanan Syariah	18

1. Pengertian Kualitas Pelayanan.....	18
2. Pengertian Kualitas Pelayanan Syariah.....	18
3. Dimensi Kualitas Pelayanan	19
4. Komponen Kualitas Pelayanan Syariah	19
5. Karakteristik Pelayanan Syariah	20
6. Mengatur Produktifitas Pelayanan	21
D. Tinjauan tentang Loyalitas Konsumen.....	22
1. Pengertian Loyalitas Konsumen	22
2. Literatur Loyalitas Konsumen	23
3. Roda Loyalitas Konsumen	24
4. Strategi untuk Mengembangkan Ikatan Loyalitas Konsumen	25
5. Loyalitas Konsumen dalam Pandangan Islam	25
E. Hasil Penelitian Terdahulu	26
F. Kerangka Berfikir	28
G. Hipotesis Penelitian.....	31

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	33
B. Sumber Data.....	33
C. Populasi dan Sempel	34
D. Penentuan Jumlah Sampel.....	34
E. Tata Variabel Penelitian	35
F. Definisi Operasional.....	36
G. Teknik Pengumpulan Data.....	38
H. Teknik Analisis Data.....	39
1. Uji Validitas dan Reliabilitas	39
2. Uji Asumsi Klasik	42
a. Uji Multikolinieritas.....	42
b. Uji Heterokedastisitas	42
c. Uji Autokolerasi.....	43

d. Uji Normalitas.....	43
3. Uji Statistik	44
a. Analisis Regresi Linier Berganda	44
b. Menghitung Koefisiensi Determinan (R^2)	45
c. Uji Parsial (Uji t).....	45

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Pusat Cinderamata Toko Wong Djowo	47
B. Gambaran Umum Responden	52
C. Deskripsi Data Penelitian	55
D. Hasil Uji Asumsi Klasik.....	62
1. Uji Multikolinieritas.....	62
2. Uji Heteroskedastisitas	63
3. Uji Autokorasi.....	64
4. Uji Normalitas.....	66
E. Hasil Uji Statistik	68
1. Analisis Linier Berganda	68
2. Koefisiensi Determinan (R^2).....	69
3. Uji Parsial (Uji t).....	70
F. Pembahasan.....	73
1. Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap Loyalitas Konsumen	73
2. Pengaruh <i>Brand Trust</i> terhadap Loyalitas Konsumen	74
3. Pengaruh Kualitas Pelayanan Syariah terhadap Loyalitas Konsumen	75
G. Implikasi Penelitian.....	75
1. Implikasi Teoritis	76
2. Implikasi Praktis	76

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	77
---------------------	----

B. Keterbatasan Penelitian.....	77
C. Saran.....	78
D. Penutup.....	78

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT PENDIDIKAN

