

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN MUNAQOSYAH.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
HALAMAN ABSTRAK.....	v
HALAMAN MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN.....	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Manfaat Penelitian.....	5
E. Sistematika Penelitian	5
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Deskripsi Teori.....	7
1. Theory of Customer Behavior.....	7
2. Kepedulian Produk Halal	8
3. Keterlibatan Konsumen.....	10
a. Pengertian Keterlibatan Konsumen	10
b. Jenis-Jenis Dimensi Keterlibatan Konsumen.....	10
c. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keterlibatan Konsumen.....	11
4. Keterikatan Emosi.....	12
a. Pengertian Keterikatan Emosi	12
b. Faktor-Faktor Munculnya Keterikatan Emo	13
c. Proses Merek Emosi	13
5. Loyalitas Konsumen	14
a. Pengertian Loyalitas Konsumen	14
b. Tingkat Loyalitas Konsumen.....	15
c. Karakteristik Loyalitas Konsumen	15
B. Penelitian Terdahulu.....	16
C. Kerangka Berpikir	19
D. Hipotesis Penelitian	19
1. Pengaruh Kepedulian Halal terhadap Loyalitas Pelanggan.....	20

2. Pengaruh Keterlibatan Konsumen terhadap Loyalitas Pelanggan.....	20
3. Pengaruh Keterikatan Emosi terhadap Loyalitas Pelanggan.....	21
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian	22
B. Populasi dan Sampel.....	22
C. Identifikasi Variabel	23
D. Definisi Operasional Variabel	23
E. Teknik Pengumpulan Data	26
F. Teknik Analisis Data	27
BAB IV PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Gambaran Umum	31
1. Profil Perusahaan	31
2. Visi dan Misi Perusahaan.....	32
B. Deskripsi Responden	32
1. Umur.....	32
2. Pekerjaan.....	33
3. Masa Penggunaan	33
C. Data Penelitian	34
a. Kepedulian Halal	34
b. Keterlibatan Konsumen.....	36
c. Keterikatan Emosi.....	37
d. Loyalitas Pelanggan	39
D. Hasil Uji Instrumen	40
a. Hasil Uji Validitas.....	40
b. Hasil Uji Reabilitas	41
E. Hasil Uji Asumsi Klasik	42
a. Uji Normalitas.....	42
b. Uji Multikolinieritas.....	43
c. Uji Heteroskedastisitas.....	44
F. Hasil Uji Hipotesis	45
a. Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	45
b. Uji Koefisien Determinasi (R^2)	46
c. Uji Parsial (Uji T)	46
G. Pembahasan Penelitian	48
a. Pengaruh Kepedulian Halal terhadap Loyalitas Pelanggan.....	48
b. Pengaruh Keterlibatan Konsumen terhadap Loyalitas Pelanggan	49
c. Pengaruh Keterikatan Emosi terhadap Loyalitas Pelanggan.....	50

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	53
B. Saran.....	53
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	16
Tabel 3.1 Definisi Operasional	24
Tabel 3.2 Skala Likert	26
Tabel 4.1 Beberapa Agen Natura World Cabang Kudus	32
Tabel 4.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Umur	32
Tabel 4.3 Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan	33
Tabel 4.4 Deskripsi Responden Berdasarkan Masa Penggunaan	34
Tabel 4.5 Deskripsi Variabel Kepedulian Halal	34
Tabel 4.6 Deskripsi Variabel Keterlibatan Konsumen.....	36
Tabel 4.7 Deskripsi Variabel Keterikatan Emosi.....	37
Tabel 4.8 Deskripsi Variabel Loyalitas Pelanggan	39
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Kepedulian Halal	40
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Keterlibatan Konsumen.....	41
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas Keterikatan Emosi.....	41
Tabel 4.12 Hasil Uji Validitas Loyalitas Pelanggan	41
Tabel 4.13 Hasil Uji Reabilitas.....	41
Tabel 4.14 Hasil Uji Multikolinearitas	43
Tabel 4.15 Hasil Uji Regresi Linier Berganda	45
Tabel 4.16 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	46
Tabel 4.17 Hasil Uji Parsial (T).....	46

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir	19
Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas Histogram	42
Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas Probability Plot	43
Gambar 4.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas	44

