

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI	i
LEMBAGA PENGESAHAN SKRIPSI	ii
ABSTRAK	iii
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR GRAFIK	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Peneletian.....	1
B. Identifikasi Masalah	9
C. Tujuan dan Kontribusi Penelitian.....	10
1. Tujuan Penelitian	10
2. Kontribusi Penelitian.....	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	
A. Kajian Pustaka.....	12
1. Teori Perilaku Konsumen	12
a. Defenisi Perilaku Konsumen	12
b. Indikator Perilaku Konsumen.....	16
c. Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen.....	16
d. Perilaku Konsumen Muslim	20
e. Minat Beli	23
f. Indikator Minat Beli	27
2. Citra Merek	28
a. Pengertian Citra Merek.....	28
b. Indikator Citra Merek	32

3. Kualitas Produk.....	33
a. Pengertian Kualitas.....	23
b. Pengertian Produk.....	34
c. Pengertian Kualitas Produk	34
d. Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Produk	35
e. Indikator Kualitas produk.....	38
4. Religiusitas.....	41
a. Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Religiusitas	41
b. Dimensi Religiusitas.....	42
5. Penelitian Terdahulu	44
B. Kerangka Pemikiran.....	48
C. Hipotesis.....	49

BAB III METODE PENELITIAN

A. Waktu dan Tempat Penelitian.....	52
B. Desain Penelitian.....	52
C. Definisi dan Operasionalisasi Variabel.....	52
1. Definisi Variabel.....	52
2. Operasionalisasi Variabel.....	54
D. Skala Pengukuran Variabel.....	58
E. Populasi dan Sampel Penelitian.....	59
1. Populasi Penelitian.....	59
2. Samapel Penelitian.....	60
F. Teknik Pengumpulan Data.....	62
G. Metode Analisis	63
1. Partial Least Square (PLS).....	63
2. Langkah – langkah Pengujian Analisis PLS	64
a. Evaluasi <i>Measurement Model</i> (Merancang Outer Model)	64
b. Model Struktural atau Uji Hipotesis (Merancang Inner Model).....	66

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian	67
B. Analisis Deskriptif	69
1. Tempat dan Waktu Penelitian	69
2. Karakteristik Profil Responden	70
a. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	70
b. Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan Tertinggi	71
c. Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan	71
d. Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	72
e. Deskripsi Responden Berdasarkan Pendapatan per Bulan	73
3. Karakteristik Jawaban Responden	74
a. Hasil Deskriptif Jawaban Kuesioner Variabel Citra Merek	74
b. Hasil Deskriptif Jawaban Kuesioner Variabel Kualitas Produk	75
c. Hasil Deskriptif Jawaban Kuesioner Variabel Religiusitas	77
d. Hasil Deskriptif Jawaban Kuesioner Variabel Minat Beli	78
C. Hasil Uji Kualitas Data	80
1. Evaluasi <i>Measurement (Outer)</i> Model	80
a. Hasil Pengujian <i>Covergent Validity</i>	80
b. Hasil Uji <i>Discriminant Validity</i>	85
c. Hasil Pengujian <i>Composite Reliability</i> dan <i>Cronbach's Alpha</i>	88
2. Pengujian Model Struktural atau Uji Hipotesis (<i>Inner Model</i>)	90
a. Hasil Pengujian Nilai <i>R-Square</i>	90
b. Hasil Pengujian <i>Goodness of Fit Model</i>	91
c. Hasil Pengujian Hipotesis	92
D. Pembahasan Hasil Penelitian	93

1. Pengaruh Citra Merek terhadap Minat Beli	93
2. Pengaruh Kualitas produk Terhadap Minat Beli.....	94
3. Pengaruh Religiusitas Memoderasi Citra Merek Terhadap Minat Beli	94
4. Pengaruh Religiusitas Memoderasi Kualitas Produk terhadap Minat Beli	95

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan	96
B. Saran.....	96
DAFTAR PUSTAKA	99
LAMPIRAN	102



UNIVERSITAS
MERCU BUANA