

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
PENGESAHAN MUNAQOSAH	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
ABSTRAK	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN	vii
PEDOMAN TRANLITERASI ARAB	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR BAGAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	13
C. Tujuan Penelitian.....	13
D. Manfaat Penelitian.....	13
E. Sistematika Penulisan.....	14
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Deskripsi Teori.....	16
1. <i>Teori Of Reasoned Action (TRA)</i>	16
2. <i>Customer Loyalty</i>	17
3. <i>Islamic Branding</i>	25
4. <i>Word Of Mouth</i>	31
5. Harga	39
B. Penelitian Terdahulu.....	47
C. Kerangka Berfikir	52
D. Hipotesis.....	52
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Jenis dan Pendekatan.....	57
B. Setting Penelitian.....	57
C. Populasi dan Sampel	58
D. Identifikasi Variabel	59
E. Variabel Operasional	60
F. Teknik Pengumpulan Data	62
G. Teknik Analisis Data.....	63

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian.....	69
1. Gambaran Objek Penelitian.....	69
a. Profil PT. Buya Barokah Kudus	69
b. Sejarah PT. Buya Barokah Kudus.....	69
c. Struktur Organisasi PT. Buya Barokah Kudus	70
d. Visi Misi PT. Buya Barokah Kudus.....	73
B. Analisis Data	73
1. Deskripsi Responden	73
2. Deskripsi Data Penelitian	78
3. Uji Instrumen	89
4. Uji Asumsi Klasik.....	93
5. Uji Hipotesis	98
C. Pembahasan.....	102
1. Pengaruh <i>Islamic Branding</i> (X1) Terhadap <i>Customer Loyalty</i>	102
2. Pengaruh <i>Word Of Mouth</i> (X2) Terhadap <i>Customer Loyalty</i>	103
3. Pengaruh Harga (X3) Terhadap <i>Customer Loyalty</i>	104

BAB V PENUTUP

A. Simpulan.....	106
B. Saran-saran	107

**DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN**

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Jumlah Penduduk Menurut Agama di Kabupaten Kudus Tahun 2023	2
Tabel 1.2	Data Observasi Pelanggan Buya di Kudus	3
Tabel 1.3	Data Penjualan Distributor Kh-Q Buya Kudus	5
Tabel 1.4	Daftar Harga Buya dan Kh-Q	10
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	58
Tabel 3.1	Variabel Operasional.....	60
Tabel 3.2	Skala Likert Angket Kuesioner.....	63
Tabel 4.1	Umur Responden	73
Tabel 4.2	Jenis Kelamin Responden	74
Tabel 4.3	Pendidikan Terakhir Responden	75
Tabel 4.4	Penghasilan Per Bulan Responden.....	76
Tabel 4.5	Pekerjaan Responden	76
Tabel 4.6	Kecamatan Responden	77
Tabel 4.7	Hasil Analisis Jawaban Responden Variabel <i>Islamic Branding</i>	78
Tabel 4.8	Hasil Analisis Jawaban Responden Variabel <i>Word Of Mouth</i>	81
Tabel 4.9	Hasil Analisis Jawaban Responden Variabel Harga	83
Tabel 4.10	Hasil Analisis Jawaban Responden Variabel <i>Customer Loyalty</i>	86
Tabel 4.11	Hasil Uji Validitas Variabel <i>Islamic Branding</i>	89
Tabel 4.12	Hasil Uji Validitas Variabel <i>Word Of Mouth</i>	90
Tabel 4.13	Hasil Uji Validitas Variabel Harga	91
Tabel 4.14	Hasil Uji Validitas Variabel <i>Customer Loyalty</i>	91
Tabel 4.15	Hasil Uji Reliabilitas Instrumen.....	92
Tabel 4.16	Hasil Uji Normalitas <i>Kolmogorof-Smirnov</i>	94
Tabel 4.17	Hasil Uji Multikolinieritas	95
Tabel 4.18	Hasil Uji Heterokedasitas Glejser	97
Tabel 4.19	Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	98
Tabel 4.20	Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	99
Tabel 4.21	Hasil Uji-t.....	100
Tabel 4.22	Hasil Uji-f	101

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Logo Air Mineral Buya Arwaniyyah	69
Gambar 4.3 Hasil Uji Histogram	93
Gambar 4.4 Hasil Uji Normalitas P-Plot	94
Gambar 4.5 Hasil Uji Heterkedasitas Scatterplot	97



DAFTAR BAGAN

Bagan 2.1	Kerangka Berfikir.....	52
Bagan 4.1	Struktur Organisasi PT Buya Barokah Div. AMDK..	72

