

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
ABSTRAK	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	7
E. Sistematika Penulisan	7
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Deskripsi Teori	9
1. <i>Brand Image</i>	9
a. Pengertian <i>Brand Image</i>	9
b. Tipe-tipe merek	11
c. Komponen <i>Brand Image</i>	12
d. Kekuatan dan nilai merek	14
e. Peranan merek	15
f. Dimensi dan Indikator <i>Brand Image</i>	15
g. <i>Brand image</i> dalam pandangan Islam	16
2. <i>Trust</i>	18
a. Pengertian <i>Trust</i>	18
b. Kepercayaan <i>Trust</i> terhadap produk	20
c. Dimensi dan Indikator Kepercayaan	21
3. Loyalitas Pembeli	21
a. Pengertian Loyalitas Pembeli	21
b. Karakteristik Loyalitas Pembeli	23
c. Tahapan Loyalitas Pembeli	24
d. Prinsip Loyalitas Pembeli	25
e. Tingkatan Loyalitas Pembeli	25

f. Indikator Loyalitas	26
4. Hijab <i>Ar-Rafi</i>	26
a. Pengertian Hijab	26
b. Brand <i>Ar-Rafi</i>	28
B. Penelitian Tedahulu	29
C. Kerangka Berfikir	36
D. Hipotesis	37

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian	42
B. Sumber Data Penelitian	42
1. Data Primer.....	42
2. Data Sekunder	42
C. Populasi dan Sampel	43
1. Populasi	43
2. Sampel	43
D. Definisi Operasional	44
E. Teknik Pengumpulan Data.....	46
1. Kuesioner	46
2. Observasi	47
3. Dokumentasi.....	47
F. Teknis Analisis Data	48
1. Uji Instrumen.....	48
a. Uji Validitas	48
b. Uji Reliabilitas	49
2. Uji Pra Syarat	51
a. Uji Normalitas.....	51
b. Uji Multikolinieritas	51
3. Uji Hipotesis.....	52
a. Uji T (Parsial)	52
b. Analisis Regresi Berganda.....	53
c. Uji F (Simultan).....	54
d. Uji Koefisien Determinasi (R^2)	54

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian	56
1. Gambaran Objek Penelitian	56
a. Sejarah Produk <i>Ar-Rafi</i>	56
b. Kelebihan hijab <i>Ar-Rafi</i>	56
c. Deskripsi Responden	57

d. Deskripsi Data Penelitian.....	60
2. Analisa Data.....	66
a. Uji Validitas	66
b. Uji Reliabilitas	67
c. Uji Prasyarat.....	68
d. Uji Hipotesis	70
B. Pembahasan dan Analisis.....	75
1. Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap Loyalitas Pembeli pada Konsumen Hijab Ar-rafi di Desa Kendaldoyong Wonosalam Demak.....	75
2. Pengaruh <i>Trust</i> terhadap Loyalitas Pembeli pada Konsumen Hijab Ar-rafi di Desa Kendaldoyong Wonosalam Demak	77
3. Pengaruh <i>Brand Image</i> dan <i>Trust</i> terhadap Loyalitas Pembeli pada Konsumen Hijab Ar-rafi di Desa Kendaldoyong Wonosalam Demak.....	79
BAB V PENUTUP	
A. Simpulan	81
B. Keterbatasan Penelittian.....	82
C. Saran	82
D. Penutup	83
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Tabel Penelitian Terdahulu	30
Tabel 3.1 Definisi Operasional	44
Tabel 4.1 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	57
Tabel 4.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	58
Tabel 4.3 Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan	58
Tabel 4.4 Deskripsi Responden Berdasarkan Penghasilan	59
Tabel 4.5 Hasil Jawaban Kuisisioner Responden Variabel <i>Brand Image</i>	60
Tabel 4.6 Hasil Jawaban Kuisisioner Responden Variabel <i>Tust</i>	60
Tabel 4.7 Hasil Jawaban Kuisisioner Responden Variabel <i>Loyalitas</i>	60
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Instrumen	66
Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen	67
Tabel 4.10 Coefficients ^a	70
Tabel 4.11 Ringkasan Hasil Uji Hipotesis	71
Tabel 4.12 Tabel Anova untuk Uji F	73
Tabel 4.13 Tabel Koefisien Determinasi (R^2)	74

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.2 Kerangka Berpikir.....	37
Gambar 4.1 Uji Normalitas Histogram.....	68
Gambar 4.3 Uji Normalitas P-P Plot.....	69

