

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL i

PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI..... ii

PENGESAHAN MUNAQOSAH iii

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI iv

ABSTRAK..... v

ASBTRACT vi

MOTTO..... vii

PERSEMBAHAN viii

PEDOMAN TRANSLITERASI x

KATA PENGANTAR..... xi

DAFTAR ISI xiii

DAFTAR TABEL xvi

DAFTAR GAMBAR..... xvii

DAFTAR DIAGRAM..... xviii

DAFTAR SINGKATAN..... xix

BAB I : PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah..... 1

B. Rumusan Masalah..... 9

C. Tujuan Penelitian 9

D. Manfaat Penelitian 10

E. Sistematika Penulisan 10

BAB II : LANDASAN TEORI

A. *Theory of Planned Behaviour* (TPB)..... 12

B. *Brand Love*..... 13

1. Definisi *Brand Love* 13

2. Dimensi *Brand Love*..... 14

3. Indikator *Brand Love*..... 15

C. *Product Quality*..... 16

1. Definisi *Product Quality* 16

2. Dimensi *Product Quality*..... 17

3. Indikator *Product Quality*..... 19

4. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi *Product Quality*..... 20

- 5. *Produk Quality Menurut Perspektif Islam*..... 20
- D. *Customer Relationship Management* 21
 - 1. *Definisi Customer Relationship Management*..... 21
 - 2. *Tujuan dan Manfaat Customer Relationship Management* 23
 - 3. *Dimensi Customer Relationship Management*..... 24
 - 4. *Kriteria Kesuksesan Customer Relationship Management* 25
 - 5. *Proses Customer Relationship Management*..... 25
 - 6. *Customer Relationship Management dalam Perspektif Islam* 26
- E. *Customer Loyalty*..... 27
 - 1. *Definisi Customer Loyalty*..... 27
 - 2. *Indikator Customer Loyalty* 28
 - 3. *Karakteristik Customer Loyalty*..... 28
 - 4. *Faktor yang Mempengaruhi Customer Loyalty*..... 29
 - 5. *Manfaat Customer Loyalty* 30
 - 6. *Tingkat Customer Loyalty* 31
 - 7. *Cara Mengukur Customer Loyalty*..... 31
- F. *Penelitian Terdahulu* 32
- G. *Kerangka Berfikir* 37
- H. *Hipotesis* 38

BAB III : METODE PENELITIAN

- A. *Jenis dan Pendekatan* 42
- B. *Populasi dan Sampel* 43
- C. *Identifikasi Variabel*..... 45
- D. *Definisi Operasional Variabel*..... 45
- E. *Teknik Pengumpulan Data*..... 48
- F. *Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen* 49
- G. *Uji Asumsi Klasik*..... 50
- H. *Teknik Analisis Data*..... 53

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

- A. Gambaran Umum Objek Penelitian 56
 - 1. Sejarah Oriflame 56
 - 2. Oriflame Indonesia 58
 - 3. Visi, Misi dan Tujuan Oriflame 59
 - 4. Kategori Produk Oriflame 60
- B. Analisis Data Penelitian 64
 - 1. Karakteristik Responden 64
 - 2. Analisis Hasil Jawaban Responden 66
 - 3. Uji Validitas dan Reliabilitas 71
 - 4. Asumsi Klasik 74
- C. Pembahasan Penelitian 85

BAB V : PENUTUP

- A. Simpulan 91
- B. Keterbatasan Peneliti 92
- C. Saran 93
- D. Penutup 93

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	:	Penelitian Terdahulu.....	32
Tabel 3.1	:	Definisi Operasional.....	46
Tabel 4.1	:	Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	64
Tabel 4.2	:	Deskripsi Responden Berdasarkan Hasil Usia..	65
Tabel 4.3	:	Deskripsi Responden Berdasarkan Profesi	65
Tabel 4.4	:	Hasil Uji Validitas	72
Tabel 4.5	:	Hasil Uji Reliabilitas	73
Tabel 4.6	:	Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov	76
Tabel 4.7	:	Hasil Uji Multikolinieritas.....	77
Tabel 4.8	:	Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	78
Tabel 4.9	:	Hasil Analisis Regresi Berganda	80
Tabel 4.10	:	Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	82
Table 4.11	:	Hasil Uji F	83
Tabel 4.12	:	Hasil Uji T.....	84



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 : Pertumbuhan Nilai Pasar Kosmetik di Indonesia Tahun 2010-2023 2

Gambar 2.1 : Kerangka Berfikir..... 38

Gambar 4.1 : Logo Oriflame 56

Gambar 4.2 : Daftar Area Pusat Distribusi..... 59

Gambar 4.3 : Produk Skincare Oriflame 60

Gambar 4.4 : Produk Makeup Oriflame 62

Gambar 4.5 : Produk Bodycare Oriflame 63

Gambar 4.6 : Hasil Uji Normalitas Histogram 74

Gambar 4.7 : Hasil Uji Normalitas P-Plot..... 75

Gambar 4.8 : Grafik Scatterplot 79



DAFTAR DIAGRAM

Diagram 4.1: Hasil Jawaban Responden Quesioner
Variabel X1 66

Diagram 4.2: Hasil Jawaban Responden Quesioner
Variabel X2 68

Diagram 4.3: Hasil Jawaban Responden Quesioner
Variabel X3 69

Diagram 4.4: Hasil Jawaban Responden Quesioner
Variabel Y 70



DAFTAR SINGKATAN

IPTEK	:	Ilmu Pengetahuan dan Teknologi
TPB	:	Theory Planned Behaviorial
CRM	:	Customer Relationship Management

