

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	11
1.3 Tujuan Penelitian	12
1.4 Manfaat Penelitian	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	14
2.1 Landasan Teori	14
2.1.1 <i>Brand Personality</i> dan <i>Halal Brand Personality</i>	14
2.1.2 Religiusitas	19
2.1.3 Persepsi Kualitas Merek	24
2.1.4 Brand Loyalty	30
2.2 Penelitian Terdahulu	36
2.3 Hubungan Antar Variabel	40
2.3.1 Hubungan antara <i>Halal Brand Personality</i> terhadap <i>Customer Brand Loyalty</i>	40
2.3.2 Hubungan antara Religiusitas terhadap <i>Customer Brand Loyalty</i>	41

2.3.3 Hubungan antara Persepsi Kualitas terhadap Customer Brand Loyalty	41
2.4 Kerangka Pemikiran Penelitian	42
2.5 Hipotesis	43
BAB III METODE PENELITIAN	44
3.1 Desain Penelitian	44
3.1.1 Sumber Data	44
3.1.2 Metode Pengumpulan Data	45
3.2 Populasi dan Sampel	46
3.3 Definisi Operasional Variabel	47
3.4 Metode Analisis	49
3.4.1 Uji Kualitas Data	49
3.4.2 Uji Asumsi Klasik	50
3.4.3 Uji Hipotesis	51
BAB IV HASIL DAN ANALISIS	53
4.1 Deskripsi Objek Penelitian	53
4.2 Uji Kualitas Data	54
4.2.1 Uji Validitas	54
4.2.2 Uji Reliabilitas	57
4.3 Uji Asumsi Klasik	58
4.3.1 Uji Normalitas	58
4.3.2 Uji Multikolinearitas	59
4.3.3 Uji Heteroskedastisitas	59
4.4 Uji Hipotesis	60
4.4.1 Uji Analisis Regresi Linier Berganda	60
4.4.2 Uji Simultan (Uji F)	62
4.4.3 Uji Parsial (Uji T)	63
4.5 Pembahasan	64
4.5.1 Pengaruh Halal Brand Personality Terhadap Customer Brand Loyalty	65

4.5.2 Pengaruh Religiusitas Terhadap Customer Brand Loyalty	66
4.5.3 Pengaruh Persepsi Kualitas Terhadap Customere Brand Loyalty	67
BAB V PENUTUP	68
5.1 Kesimpulan.....	68
5.2 Keterbatasan Penelitian.....	69
5.3 Saran	69
DAFTAR PUSTAKA	71
LAMPIRAN A KUESIONER.....	78
LAMPIRAN B DATA RESPONDEN	86
LAMPIRAN C TABULASI DATA PENELITIAN.....	92
LAMPIRAN D HASIL OLAH DATA SPSS	107

