

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1... Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.1.1. Jenis Usaha, Nama Perusahaan, dan Lokasi Perusahaan	1
1.1.2. Logo Perusahaan	1
1.1.3. Visi dan Misi Perusahaan.....	2
1.1.4. Skala Usaha, Perkembangan Usaha, dan Strategi Secara Umum.....	2
1.1.5. Produk dan Layanan.....	4
1.2... Latar Belakang Penelitian	7
1.3... Perumusan Masalah	19
1.4... Tujuan Penelitian	19
1.5... Kegunaan Penelitian	20
1.5.1. Kegunaan Teoritis.....	20
1.5.2. Kegunaan Praktis	20
1.6... Sistematika Penulisan.....	20
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	22
2.1... Landasan Teori.....	22
2.1.1. Manajemen Pemasaran.....	22

2.1.2.	<i>Islamic Marketing</i>	22
2.1.3.	<i>Corporate Image</i>	24
2.1.4.	Perilaku Konsumen.....	28
2.1.5.	<i>Customer Satisfaction</i>	29
2.1.6.	<i>Customer Loyalty</i>	32
2.1.7.	Pengaruh <i>Islamic Marketing</i> dan <i>Corporate Image</i> Terhadap <i>Customer Satisfaction</i> dan <i>Customer Loyalty</i>	33
2.2...	Penelitian Terdahulu.....	36
2.2.1.	Ulasan Penelitian Skripsi.....	36
2.2.2.	Ulasan Jurnal Nasional.....	41
2.2.3.	Ulasan Jurnal Internasional.....	46
2.3...	Kerangka Pemikiran.....	51
2.4...	Hipotesis Penelitian.....	53
2.5...	Ruang Lingkup Penelitian.....	54
BAB III METODE PENELITIAN		55
3.1...	Jenis Penelitian.....	55
3.2...	Variabel Operasionalisasi dan Skala Penelitian	55
3.2.1.	Variabel Operasional.....	55
3.2.2.	Skala Pengukuran.....	59
3.3...	Tahapan Penelitian	61
3.4...	Populasi dan Sampel	61
3.3.1.	Populasi.....	61
3.3.2.	Sampel.....	62
3.5...	Pengumpulan Data.....	63
3.6...	Uji Validitas dan Reliabilitas	64
3.6.1.	Uji Validitas	64
3.6.2.	Uji Reliabilitas	67
3.7...	Teknik Analisis Data	69
3.7.1.	Analisis Deskriptif	69
3.7.2.	Uji Asumsi Klasik	71
3.7.3.	<i>Method of Succesive Interval</i> (MSI).....	72
3.7.4.	Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>)	73

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	79
4.1... Pengumpulan Data.....	79
4.2... Karakteristik Responden.....	79
4.2.1.Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	80
4.2.2.Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	81
4.2.3.Karakteristik Responden Berdasarkan Preferensi Produk Favorit.....	81
4.2.4.Karakteristik Responden Berdasarkan Intensitas Mengonsumsi Produk	82
4.3... Hasil Penelitian.....	83
4.3.1.Analisis Deskriptif.....	83
4.3.2.Uji Asumsi Klasik.....	97
4.4... Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>).....	104
4.4.1.Merumuskan Hipotesis dan Persamaan Struktural.....	105
4.4.2.Menghitung Koefisien Jalur yang Didasarkan pada Koefisien Regresi	105
4.4.3.Menghitung Koefisien Regresi (Koefisien Jalur).....	107
4.5... Pembahasan Hasil Penelitian.....	125
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	132
5.1... Kesimpulan.....	132
5.2... Saran	133
5.2.1.Saran Bagi Perusahaan	133
5.2.2.Saran Bagi Peneliti Selanjutnya	136
DAFTAR PUSTAKA	137
LAMPIRAN	