

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	1
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.1.1 Profile Perusahaan.....	1
1.1.2 Produk Perusahaan	2
1.2 Latar Belakang Penelitian	3
1.3 Perumusan Masalah.....	29
1.4 Tujuan Penelitian.....	30
1.5 Manfaat Penelitian.....	31
1.5.1 Manfaat Teoritis	31
1.5.2 Manfaat Praktis	31
1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir.....	31
BAB II	35
TINJAUAN PUSTAKA	35
2.1 Teori dan Penelitian Terdahulu.....	35
2.1.1 <i>Grand Theory of Planned Behavior</i>	35
2.1.2 Pemasaran	35
2.1.3 Kepercayaan.....	36
2.1.4 Kualitas Produk.....	37
2.1.5 Kepercayaan Agama.....	39

2.1.6	Niat Pembelian Ulang	40
2.1.7	Sikap Konsumen	41
2.1.8	Loyalitas Konsumen.....	42
2.1.9	Penelitian Terdahulu.....	43
2.2	Kerangka Pemikiran	58
2.3	Hubungan Antar Variabel	60
2.3.1	Hubungan Kepercayaan terhadap Sikap Konsumen.....	60
2.3.2	Hubungan Kualitas Produk terhadap Sikap Konsumen.....	60
2.3.3	Hubungan Kepercayaan Agama terhadap Sikap Konsumen.....	61
2.3.4	Hubungan Sikap Konsumen terhadap Niat Pembelian Ulang	62
2.3.5	Hubungan Sikap Konsumen terhadap Loyalitas Konsumen.....	62
2.3.6	Hubungan Niat Pembelian Ulang terhadap Loyalitas Konsumen ..	63
2.3.7	Hubungan Sikap Konsumen melalui Niat Pembelian Ulang Konsumen terhadap Loyalitas Konsumen	64
2.4	Hipotesis Penelitian	65
BAB III.....		84
METODE PENELITIAN		84
3.1	Jenis Penelitian	84
3.2	Operasionalisasi Variabel	85
3.2.1	Skala Pengukuran.....	88
3.3	Tahapan Penelitian.....	89
3.4	Populasi dan Sampel/Situasi Sosial.....	90
3.4.1	Populasi	90
3.4.2	Sampel.....	90
3.5	Pengumpulan Data dan Sumber Data.....	93
3.5.1	Data Primer	93
3.5.2	Data Sekunder	94
3.6	Uji Validitas dan Reliabilitas	94
3.6.1	Uji Validitas.....	94
3.6.2	Uji Reliabilitas	96
3.7	Teknik Analisis Data.....	97

3.7.1	Analisis Deskriptif	98
3.7.2	<i>Data Screening</i> dan <i>Data Cleaning</i>	99
3.7.3	<i>Structural Equation Modeling</i> (SEM).....	100
3.7.4	<i>Partial Least Square</i> (PLS).....	101
3.7.5	Uji Model Pengukuran (Outer Model).....	101
3.7.6	Uji Model Struktural (Inner Model).....	103
3.7.7	Analisis Efek Mediasi	105
3.7.8	Uji Hipotesis	106
BAB IV		109
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		109
4.1	Karakteristik Responden	109
4.1.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	109
4.1.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	110
4.1.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Profesi.....	110
4.1.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan.....	111
4.2	Hasil <i>Data Screening</i> dan <i>Data Cleaning</i>	112
4.2.1	Deteksi Outlier	112
4.2.2	Assumption Testing.....	114
4.3	Hasil Penelitian.....	121
4.3.1	Analisis Deskriptif	121
4.3.2	Analisis SEM-PLS	134
4.4	Uji Hipotesis.....	142
4.5	Pembahasan Hasil Penelitian.....	144
4.5.1	Pembahasan Karakteristik Responden	144
4.5.2	Pembahasan Hasil Pengujian Hipotesis	145
4.6	Hipotesis <i>Result</i>	152
BAB V.....		154
SARAN DAN KESIMPULAN		154
5.1	Kesimpulan.....	154
5.2	Saran	156
5.2.1	Aspek Teoretis.....	156

5.2.2	Aspek Praktis	158
DAFTAR PUSTAKA.....		160
LAMPIRAN.....		169