

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PENGESAHAN .....	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN .....	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN DAN MOTTO .....	iiiv
KATA PENGANTAR .....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xii
ABSTRAK .....	xiii
<i>ABSTRACT</i> .....	xiv
INTISARI .....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	8
2.1 Landasan Teori.....	8
2.1.1 Minat Beli Ulang .....	8
2.1.2 Sikap Konsumen.....	10
2.1.3 Religiusitas .....	13

2.1.4 Reputasi Merek.....	16
2.2 Hubungan Antar Variabel .....	21
2.2.1 Pengaruh Religiusitas Terhadap Minat Beli Ulang .....	21
2.2.2 Pengaruh Reputasi Merek Terhadap Minat Beli Ulang.....	22
2.2.3 Pengaruh Religiusitas Terhadap Sikap Konsumen.....	23
2.2.4 Pengaruh Reputasi Merek Terhadap Sikap Konsumen .....	25
2.2.5 Pengaruh Sikap Konsumen Terhadap Minat Beli Ulang.....	25
2.3 Kerangka Penelitian.....	26
BAB III METODE PENELITIAN .....	27
3.1 Jenis Penelitian.....	27
3.2 Populasi dan Sampel .....	27
3.3 Sumber Dan Metode Pengumpulan Data .....	28
3.4 Metode Pengumpulan Data .....	29
3.5 Definisi Operasional Variabel Dan Indikator.....	29
3.6 Teknik Analisis Data.....	30
3.6.1 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	30
3.6.2 Analisis Regresi Linier Berganda.....	31
3.6.3 Uji Asumsi Klasik .....	32
3.6.4 Uji Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung .....	33
3.6.5 Uji t ( Parsial) .....	35
3.6.6 Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	36
3.6.7 Uji Sobel Test.....	36
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....	37

4.1	Gambaran Umum Responden .....	37
4.1.1	Jenis Kelamin Responden .....	37
4.1.2	Usia Responden .....	38
4.1.3	Berdasarkan Pendapatan .....	38
4.1.4	Berdasarkan Profesi .....	39
4.1.5	Berdasarkan Frekuensi Kunjungan .....	40
4.2	Teknik Analisis Data .....	41
4.2.1	Uji Validitas .....	41
4.2.2	Uji Reliabilitas .....	42
4.3	Analisis Deskriptif Variabel .....	43
4.3.1	Variabel Religiusitas .....	43
4.3.2	Variabel Reputasi Merek .....	45
4.3.3	Variabel Sikap Konsumen .....	46
4.3.4	Variabel Minat Beli Ulang .....	47
4.4	Analisis Kuantitatif .....	48
4.4.1	Uji Asumsi Klasik .....	48
4.4.2	Analisis Regresi Linier Berganda .....	51
4.4.3	Pengujian Hipotesis Parameter Individual (Uji t) .....	56
4.4.4	Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung .....	58
4.4.5	Uji Sobel Test .....	61
4.5	Pembahasan .....	63
4.5.1	Pengaruh Religiusitas Terhadap Minat Beli Ulang .....	63
4.5.2	Pengaruh Reputasi Merek Terhadap Minat Beli Ulang .....	64

4.5.3	Pengaruh Religiusitas Terhadap Sikap Konsumen .....	66
4.5.4	Pengaruh Reputasi Merek Terhadap Sikap Konsumen .....	67
4.5.5	Pengaruh Sikap Konsumen Terhadap Minat Beli Ulang .....	68
BAB V PENUTUP .....		70
5.1	Simpulan.....	70
5.2	Saran.....	71
5.3	Keterbatasan Penelitian .....	72
5.4	Agenda Penelitian Mendatang .....	73
DAFTAR PUSTAKA .....		
LAMPIRAN.....		
	Lampiran 1 Surat Ijin Penelitian.....	
	Lampiran 2 Kuesioner Penelitian .....	
	Lampiran 3 Tabulasi Data .....	
	Lampiran 4 <i>Output</i> SPSS.....	
	Lampiran 5 Tabel r .....	
	Lampiran 6 Tabel t .....	

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Top Brand Index Restoran Fast Food .....	2
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel .....	30
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden.....	37
Tabel 4.2 Usia Responden .....	38
Tabel 4.3 Pendapatan Responden .....	39
Tabel 4.4 Profesi Responden .....	39
Tabel 4.5 Frekuensi Kunjungan Responden .....	40
Tabel 4.6 Hasil Pengujian Validitas.....	41
Tabel 4.7 Hasil Pengujian Reliabilitas.....	42
Tabel 4.8 Deskripsi Jawaban Responden Variabel Religiusitas.....	44
Tabel 4.9 Deskripsi Jawaban Responden Variabel Reputasi Merek .....	45
Tabel 4.10 Deskripsi Jawaban Responden Variabel Sikap Konsumen .....	46
Tabel 4.11 Deskripsi Jawaban Responden Variabel Minat Beli Ulang.....	47
Tabel 4.12 Hasil Pengujian Multikolinieritas .....	50
Tabel 4.13 Koefisien Regresi Linear Persamaan 1 .....	51
Tabel 4.14 Hasil Uji Koefisien Determinasi Model 1 .....	53
Tabel 4.15 Koefisien Regresi Linear Persamaan 2.....	54
Tabel 4.16 Hasil Uji Koefisien Determinasi Model 2 .....	56
Tabel 4.17 Hasil Pengujian Sobel Test.....	61

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Teoritis .....	26
Gambar 3.1 Uji Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung.....	34
Gambar 4.1 Hasil Pengujian Normalitas .....	49
Gambar 4.2 Hasil Pengujian Heterokedastisitas .....	50
Gambar 4.3 Hasil Analisis Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung .....	60