

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	v
ABSTRAK	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA	9
2.1 Landasan Teori.....	9
2.1.1 Keputusan Pembelian.....	9
2.1.2 Citra Merek	12
2.1.3 Kepercayaan Merek	14
2.1.4 Religiusitas.....	16
2.1.5 Minat Beli	19
2.2 Hubungan Antar Variabel	21
2.2.1 Hubungan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian.....	21
2.2.2 Hubungan Kepercayaan Merek Terhadap Keputusan Pembelian.....	21

2.2.3 Hubungan Religiusitas Terhadap Keputusan Pembelian	22
2.2.4 Hubungan Citra Merek Terhadap Minat Beli	22
2.2.5 Hubungan Kepercayaan Merek Terhadap Minat Beli	23
2.2.6 Hubungan Religiusitas Terhadap Minat Beli	23
2.2.7 Hubungan Minat Beli Terhadap Keputusan Pembelian.....	24
2.3 Model Empirik	25
BAB III METODE PENELITIAN.....	26
3.1 Jenis Penelitian.....	26
3.2 Populasi dan Sampel	26
3.3 Sumber dan Metode Pengumpulan Data.....	28
3.3.1 Data Primer	28
3.3.2 Data Sekunder	28
3.4 Metode Pengumpulan Data	28
3.4.1 Kuesioner	28
3.4.2 Studi Pustaka.....	29
3.5 Definisi Operasional Variabel dan Indikator	29
Tabel 3.1. Definisi Operasional Variabel dan Indikator	29
3.6 Teknik Analisis Data.....	31
3.6.1 Uji Validitas dan Rehabilitas	31
3.6.2 Analisis Regresi Linier Berganda	31
3.6.3 Uji Asumsi Klasik	32
3.6.4 Uji Hipotesis	33
3.6.5 Analisis Jalur (Path Analysis)	34
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 Usia Responden.....	38

4.1.2 Berdasarkan Profesi	38
4.1.3 Berdasarkan Pendapatan	39
4.1.4 Berdasarkan Frekuensi Pembelian	40
4.2. Analisis Deskripsi Jawaban Responden.....	41
4.2.1 Analisis Deskriptif Variabel.....	41
4.2.2 Tangapan Responden Terhadap Citra Merek.....	42
4.2.3 Tangapan Responden Terhadap Kepercayaan Merek.....	43
4.2.4 Tangapan Responden Terhadap Religiusitas	44
4.2.5 Tangapan Responden Terhadap Minat Beli.....	45
4.2.6 Tangapan Responden Terhadap Keputusan Pembelian	45
4.3 Teknik Analisis Data.....	46
4.3.1 Uji Validitas	46
4.3.2 Uji Reabilitas.....	47
4.4 Analisis Kuantitatif	49
4.4.1 Uji Asumsi Klasik.....	49
4.4.2 Analisis Regresi Linier Berganda	52
4.5 Pengujian Hipotesis (Uji t).....	55
4.6 Uji Sobel Test.....	60
4.6.1 Uji Efek Mediasi Minat Beli Pada Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian.....	60
4.6.2 Uji Efek Mediasi Minat Beli Pada Pengaruh Kepercayaan Merek Terhadap Keputusan Pembelian.....	61
4.6.3 Uji Efek Mediasi Minat Beli Pada Pengaruh Religiusitas Terhadap Keputusan Pembelian.....	62
4.7 Pembahasan.....	63
4.7.1 Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian	63
4.7.2 Pengaruh Kepercayaan Merek Terhadap Keputusan Pembelian	64
4.7.3 Pengaruh Religiusitas Terhadap Keputusan Pembelian.....	65
4.7.4 Pengaruh Minat Beli Terhadap Keputusan Pembelian	65

BAB V PENUTUP	67
5.1 Kesimpulan	67
5.2 Saran.....	68
5.3 Keterbatasan Penelitian.....	68
5.4 Agenda Penelitian yang Akan Datang	69
DAFTAR PUSTAKA	71
LAMPIRAN.....	78

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Perusahaan Industri Besar Sedang Sektor Pakaian Jadi 2011-2015.....	4
Tabel 1.2 Jumlah penjualan Rabbani di kota semarang 2013-2016.....	5
Tabel 3.1. Definisi Operasional Variabel dan Indikator	29
Tabel 4.1 diskripsi sampel penelitian.....	37
Tabel 4.2 usia responden	38
Tabel 4.3 profesi responden	39
Tabel 4.4 pendapatan responden.....	39
Tabel 4.5 pembelian responden.....	40
Tabel 4.6 deskripsi jawaban citra merek.....	42
Tabel 4.7 deskripsi jawaban kepercayaan merek.....	43
Tabel 4.8 deskripsi jawaban religiusitas.....	44
Tabel 4.9 deskripsi jawaban minat beli.....	45
Tabel 4.10 deskripsi jawaban keputusan pembelian.....	46
Tabel 4.11 uji validitas.....	47
Tabel 4.12 uji realibilitas.....	48
Tabel 4.13 uji multikolonearitas.....	51
Tabel 4.14 rangkuman perhitungan regresi model 1.....	52
Tabel 4.15 rangkuman perhitungan regresi model 2.....	53
Tabel 4.16 determinasi koefisien.....	54
Tabel 4.17 uji t model 1.....	56
Tabel 4.18 uji t model 2.....	57

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Empirik	25
Gambar 3.1 Analisis jalur Path	35
Gambar 4.1 Hasil Pengujian Normalitas	50
Gambar 4.2 Hasil Pengujian Heteroskedastisitas	51
Gambar 4.3 Hasil uji sobel model 1.....	60
Gambar 4.4 hasil uji sobel model 2.....	61

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Tabulasi Data.....	79
Lampiran 2. Uji Statistik.....	82