UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

DAFTAR ISI

ABSTRAK ..... **i**
KATA PENGANTAR ..... **ii**
DAFTAR ISI ..... **v**
DAFTAR TABEL ..... **viii**
DAFTAR GAMBAR ..... **ix**
BAB I PENDAHULUAN ..... **vii**
1.1 Latar Belakang 1
1.2 Rumusan Masalah 5
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian 6
1.4 Sistematika Penulisan 7
BAB II TELAAH PUSTAKA **9**
2.1 Pemasaran 9
2.2 Manajemen Pemasaran 10
2.3 Loyalitas Konsumen 11
2.3.1 Pengertian Loyalitas Konsumen 11
2.3.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Konsumen 12
2.3.3 Karakteristik Loyalitas Konsumen 13
2.3.4 Aspek yang mempengaruhi loyalitas 13
2.3.5 Mengukur Loyalitas 15
2.3.6 Indikator Loyalitas Konsumen 15
2.4 Citra Merek 15
2.4.1 Pengertian Citra Merek 15
2.4.2 Pengukuran Citra Merek 16
2.4.3 Dimensi Citra Merek 17
2.4.4 Indikator Citra Merek 20
2.5 Kualitas Produk 20
2.5.1 Pengertian Kualitas Produk 20
2.5.2 Dimensi Kualitas Produk 22

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

2.5.3 Pengaruh Kualitas Produk Bagi Perusahaan 23
2.5.4 Indikator Kualitas Produk 25
2.6 Konsep Islam Tentang Pasar dan Pemasaran Syariah 26
2.7 Penelitian Terdahulu 30
2.8 Kerangka pemikiran 32
2.9 Hipotesis Penelitian 32
2.10 Variabel Penelitian 33
2.11 Defenisi Konsep Operasional 33
BAB III METODOLOGI PENELITIAN 36
3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian 36
3.2 Teknik Pengumpulan Data 36
3.3 Jenis dan Sumber Data 36
3.4 Populasi dan Sampel 37
3.5 Pengumpulan Instrumen Penelitian 40
3.6 Teknik Analisis Data 40
3.7 Uji Instrumen 41
3.8 Uji Asumsi Klasik 42
3.9 Analisis Regresi Linear Berganda 44
3.10 Uji Hipotesis 44
BAB IV GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN 47
4.1 Sejarah PT. Unilever 46
4.2 Visi, Misi, PT. Unilever 49
4.3 Struktur Organisasi PT. Unilever 50
4.4 Deskripsi Tugas 52
BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 54
5.1 Karakteristik Responden 54
5.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 54
5.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jurusan 54
5.2 Deskriptif Variabel Penelitian 55
5.2.1 Loyalitas Konsumen 55
5.2.2 Citra Merek 57

UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
UIN SUSKA RIAU

5.2.3 Kualitas Produk 58
5.3 Uji Kualitas Data 60
5.3.1 Uji Validitas Data 60
5.3.2 Uji Reliabilitas Data 62
5.4 Uji Normalitas 62
5.5 Uji Asumsi Klasik 64
5.5.1 Uji Multikolonieritas 65
5.5.2 Uji Autokorelasi 66
5.5.3 Uji Heterokedastisitas 67
5.6 Analisis Regresi Linier Berganda 68
5.7 Uji Hipotesis 69
5.7.1 Uji Sgnifikan Simultan (Uji F) 69
5.7.2 Uji Signifikan Parsial (Uji T) 70
5.7.3 Koefisien Determinasi 72
5.8 Pembahasan 73
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN 76
6.1 Kesimpulan 76
6.2 Saran 76
DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN