

Hak Cipta Diindungi 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.

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
1.5 Sistematika Penulisan.....	10
BAB II LANDASAN TEORI	
2.1 Pengertian Pemasaran.....	12
2.2 Kualitas Produk	13
2.2.1 Pengertian Produk.....	13
2.2.2 Atribut Produk	13
2.2.3 Tingkatan Produk.....	14
2.2.4 Klasifikasi Produk.....	14
2.2.5 Definisi Kualitas Produk.....	15
2.2.6 Dimensi Kualitas Produk	16
2.3 Citra Merek.....	17
2.3.1 Pengertian Citra Merek.....	17
2.3.2 Faktor Pembentuk Citra Merek.....	18
2.3.3 Indikator Citra Merek.....	19
2.4 Loyalitas Konsumen.....	20
2.4.1 Faktor Loyalitas Konsumen	21
2.5 Keterkaitan Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Konsumen	22

Hak Cipta Diindungi 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.

2.6 Kualitas Produk Dalam Pandangan Islam	24
2.7 Citra Merek Dalam Pandangan Islam.....	25
2.8 Loyalitas Konsumen Dalam Pandangan Islam.....	25
2.9 Penelitian Terdahulu.....	26
2.10 Konsep Operasional Variabel	27
2.11 Kerangka Pemikiran.....	28
2.12 Hipotesis Penelitian.....	29
2.13 Variabel Penelitian	30
 BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	31
3.2 Jenis dan Sumber Data	31
3.3 Teknik Pengumpulan Data	31
3.4 Populasi dan Sampel.....	33
3.5 Teknik Analisis Data	34
3.6 Uji Kualitas Data	35
3.7 Uji Asumsi Klasik	37
3.8 Uji Linear Berganda	39
3.9 Uji Hipotesis	39
 BAB IV GAMBARAN LOKASI PENELITIAN	
4.1 Sejarah Singkat Perusahaan.....	42
 BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
5.1 Karakteristik Responden.....	51
5.1.1 Karakteristik Responden berdasarkan umur	51
5.1.2 Karakteristik Responden berdasarkan jenis kelamin	52
5.1.3 Karakteristik Responden berdasarkan pekerjaan	52
5.1.4 Karakteristik Responden berdasarkan pendidikan....	53
5.1.5 Karakteristik Responden berdasarkan lama Penggunaan produk.....	53
5.2 Analisis Deskripsi Variabel Penelitian.....	54

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.

5.2.1	Loyalitas konsumen (Y).....	54
5.2.2	Kualitas Produk (X ₁).....	55
5.2.3	Citra Merek (X ₂)	57
5.3	Analisis Kualitas Data	58
5.3.1	Uji Validitas	58
5.3.2	Uji Reliabilitas	59
5.3.3	Uji Normalitas Data	60
5.4	Uji Asumsi Klasik	62
5.4.1	Uji Multikolinearitas	62
5.4.2	Uji Autokorelasi.....	63
5.4.3	Uji Heteroskedastisitas.....	64
5.5	Uji Linear Berganda	65
5.6	Uji Hipotesis	66
5.5.1	Uji Simultan (Uji F)	66
5.5.2	Uji Parsial (Uji T)	68
5.5.3	Koefisien Determinasi (R ²).....	69
5.7	Pembahasan	70
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN		
6.1	Kesimpulan.....	73
6.2	Saran	73

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN