DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL i
PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI ii
PENGESAHAN TIM PENGUJI iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN iv
PERNYATAAN v
ABSTRAK vi
KATA PENGANTAR vii
DAFTAR ISI ix
DAFTAR GAMBAR xi
DAFTAR TABEL xii
BAB 1 : PENDAHULUAN 1
A. Latar Belakang 1
B. Rumusan Masalah 5
C. Tujuan Penelitian 5
D. Manfaat Penelitian 6
E. Definisi Operasional 7
F. Sistematika Pembahasan 10
BAB II : KAJIAN TEORITIK 12
A. Penelitian Terdahulu yang Relevan 12
B. Kerangka Teori 14
1. Kajian Tentang Ekuitas Merek.....14
2. Kajian Tentang Pengambilan Keputusan Menjadi Agen 34
3. Kajian Tentang Pengaruh Ekuitas Merek terhadap Pengambilan Keputusan Menjadi Agen 44
C. Perspektif Islam.....46
D. Paradigma Penelitian 48
E. Hipotesis Penelitian 49
BAB III : METODE PENELITIAN 51
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian 51
B. Lokasi Penelitian 52
C. Populasi, Sampel dan Teknik Sampling 52
D. Variabel dan Indikator Penelitian 54
E. Tahap-Tahap Penelitian 58
F. Teknik Pengumpulan Data 60
G. Teknik Validitas Instrumen Penelitian 63

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

H. Teknik Analisa Data 65
BAB IV : HASIL PENELITIAN 69
A. Gambaran Umum Obyek Penelitian 69
1. Sejarah 69
2. Visi dan Misi 73
B. Penyajian Data 73
1. Karakteristik Responden 73
2. Karakteristik Jawaban Responden 77
3. Uji Validitas Instrumen 85
4. Uji Reliabilitas Instrumen 91
5. Uji Asumsi Dasar 93
6. Uji Penyimpangan Asumsi Klasik 95
a. Uji Multikolinieritas 95
b. Uji Heteroskedastisitas 96
7. Analisis Regresi Linier Berganda 97
C. Pengujian Hipotesis 102
1. Uji Koefisiensi Regresi Secara Bersama-sama (Uji F) 102
2. Uji Koefisiensi Regresi Secara Persial (Uji t) 104
D. Pembahasan Hasil Penelitian (Analisa Data) 110
BAB V : PENUTUP 116
A. Kesimpulan 116
B. Saran dan Rekomendasi 118
C. Keterbatasan Penelitian 118
Daftar Pustaka
Lampiran

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kesadaran Merek.....22
Gambar 2.2 Paradigma Penelitian.....49
Gambar 3.1 Variabel dan Indikator Penelitian.....55
Gambar 4.1 Grafik P-P Plot Uji Normalitas 94
Gambar 4.2 Grafik Scatterplot Hasil Uji Heteroskedastisitas.....97

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu Yang Relevan 12
Tabel 2.2 Kerangka Teori 43
Tabel 4.1 Jenis Kelamin.....74
Tabel 4.2 Usia 74
Tabel 4.3 Pekerjaan.....75
Tabel 4.4 Pendidikan 76
Tabel 4.5 Lama Menjadi Agen 76
Tabel 4.6 Kesadaran Merek 77
Tabel 4.7 Kesan Kualitas 79
Tabel 4.8 Asosiasi Merek 80
Tabel 4.9 Loyalitas Merek 82
Tabel 4.10 Keputusan Menjadi Agen.....83
Tabel 4.11 Hasil Validasi Instrumen Kesadaran Merek 86
Tabel 4.12 Hasil Validasi Instrumen Kesan Kualitas 87
Tabel 4.13 Hasil Validasi Instrumen Asosiasi Merek.....88
Tabel 4.14 Hasil Validasi Instrumen Loyalitas Merek 89
Tabel 4.15 Hasil Validasi Instrumen Keputusan Menjadi Agen 90
Tabel 4.16 Reliabilitas Instrumen Variabel Kesadaran Merek 91
Tabel 4.17 Reliabilitas Instrumen Variabel Kesan Kualitas 92
Tabel 4.18 Reliabilitas Instrumen Variabel Asosiasi Merek 92
Tabel 4.19 Reliabilitas Instrumen Variabel Loyalitas Merek 93
Tabel 4.20 Reliabilitas Instrumen Variabel Keputusan Menjadi Agen 93
Tabel 4.21 Hasil One-Sample Kolmogrov-Smirnov Test 95
Tabel 4.22 Hasil Uji Multikolinieritas 96
Tabel 4.23 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda 98
Tabel 4.24 Hasil Analisis Korelasi Ganda.....101
Tabel 4.25 Hasil Uji F 102
Tabel 4.26 Hasil Uji t 105

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id