

DAFTAR ISI

LEMBAR JUDUL	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
ABSTRAK	iv
LEMBAR PERSETUJUAN	v
LEMBAR PENGESAHAN	vi
LEMBAR PEDOMAN TRANSLITERASI HURUF ARAB KE HURUF LATIN	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian	8
D. Manfaat Hasil Penelitian	8
E. Kerangka Pemikiran	11
F. Hipotesis	14
G. Hasil Penelitian Terdahulu	14
H. Definisi Operasional	19
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Gaya Hidup.....	25
1. Definisi Gaya Hidup	25
2. Jenis Gaya Hidup	26
3. Gaya Hidup Konsumen Indonesia	27
4. Faktor Yang Memengaruhi Gaya Hidup	31
5. Pengukuran Gaya Hidup	33
6. Gaya Hidup Dalam Islam	35
B. Kesadaran Halal.....	37

1. Definisi Kesadaran Halal	37
2. Faktor Yang Memengaruhi Kesadaran Halal	39
3. Indikator Kesadaran Halal	40
4. Sumber Kesadaran Halal	41
5. Dalil Tentang Kesadaran Halal	44
C. Citra Merek.....	46
1. Definisi Citra Merek	46
2. Faktor Yang Memengaruhi Citra Merek	48
3. Indikator Citra Merek	55
4. Manfaat Citra Merek	56
D. Loyalitas Konsumen	59
1. Definisi Loyalitas Konsumen	59
2. Faktor Yang Memengaruhi Loyalitas Konsumen	60
3. Indikator Loyalitas Konsumen	61
4. Karakteristik Konsumen Yang Memiliki Loyalitas	64
5. Tahapan Loyalitas Konsumen	65
6. Loyalitas Konsumen Dalam Islam	68
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
A. Pendekatan dan Metode Penelitian	69
B. Jenis dan Sumber Penelitian	70
C. Teknik Pengumpulan Data	71
D. Waktu dan Tempat Pelaksanaan Penelitian	72
E. Populasi dan Sampel	73
F. Pengujian Instrumen Penelitian	74
G. Analisis Data	75
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Gambaran Umum Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Gunung Djati Bandung	84
1. Sejarah Berdirinya Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Gunung Djati Bandung	84

2. Visi, Misi dan Tujuan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Gunung Djati Bandung	85
3. Sasaran dan Strategi Pengembangan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Gunung Djati Bandung	87
4. Struktur Organisasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Gunung Djati Bandung	89
B. Deskripsi Hasil Penelitian	90
1. Deskripsi Karakteristik Responden	90
2. Deskripsi Hasil Pendapat Responden	94
3. Deskripsi Hasil Uji Hipotesis	107
C. Pembahasan Hasil Penelitian	123
1. Analisis Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Loyalitas Konsumen <i>Fast Food</i> di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Gunung Djati Bandung	123
2. Analisis Pengaruh Kesadaran Halal Terhadap Loyalitas Konsumen <i>Fast Food</i> di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Gunung Djati Bandung	125
3. Analisis Pengaruh Citra Merek Terhadap Loyalitas Konsumen <i>Fast Food</i> di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Gunung Djati Bandung	127
4. Analisis Pengaruh Gaya Hidup, Kesadaran Halal dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Konsumen <i>Fast Food</i> di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Gunung Djati Bandung	128
 BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	131
B. Saran	132
 DAFTAR PUSTAKA	135
LAMPIRAN	141