

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
LEMBAR PERNYATAAN PENULIS.....	ii
ABSTRAK .....	iii
ABSTRACT .....	iv
خلاصة.....	v
LEMBAR PERSETUJUAN TESIS.....	vi
LEMBAR PENGESAHAN TESIS .....	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI .....	viii
KATA PENGANTAR DAN UCAPAN TERIMA KASIH.....	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL .....	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xviii
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
<b>A. Latar Belakang Penelitian .....</b>	<b>1</b>
<b>B. Rumusan Masalah.....</b>	<b>12</b>
<b>C. Tujuan Penelitian.....</b>	<b>13</b>
<b>D. Kegunaan Penelitian.....</b>	<b>14</b>
<b>E. Kerangka Berpikir.....</b>	<b>15</b>
<b>F. Hipotesis penelitian .....</b>	<b>22</b>
<b>G. Penelitian Terdahulu .....</b>	<b>22</b>
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>33</b>
<b>A. Konsep dan Teori Manajemen Pemasaran .....</b>	<b>33</b>
1. Pengertian Manajemen.....	33
2. Pengertian Pemasaran .....	35
3. Pengertian Manajemen Pemasaran .....	37
4. Fungsi Manajemen Pemasaran.....	39
5. Tujuan Manajemen Pemasaran .....	41
6. Bauran Pemasaran.....	42

7. Manajemen Pemasaran dalam Konsep Islam.....	43
<b>B. Konsep dan Teori Label Halal.....</b>	<b>47</b>
1. Pengertian Label .....	47
2. Pengertian Halal .....	48
3. Pengertian Label Halal .....	50
4. Indikator Label Halal .....	53
5. Label Halal dalam Konsep Islam .....	55
<b>C. Konsep dan Teori <i>Brand Image</i> (Citra Merek) .....</b>	<b>56</b>
1. Pengertian Merek .....	56
2. Pengertian <i>Image</i> (Citra) .....	58
3. Pengertian <i>Brand Image</i> (Citra Merek).....	58
4. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi <i>Brand Image</i> (Citra Merek) ..	60
5. Indikator <i>Brand Image</i> (Citra Merek) .....	61
6. <i>Brand Image</i> dalam Konsep Islam .....	62
<b>D. Konsep dan Teori Boikot.....</b>	<b>64</b>
1. Pengertian Boikot.....	64
2. Jenis-jenis Boikot .....	65
3. Dimensi Boikot .....	66
4. Indikator Boikot .....	67
5. Peristiwa Genosida Israel di Palestina .....	67
6. Boikot dalam Konsep Islam .....	68
<b>E. Konsep dan Teori Keputusan Pembelian .....</b>	<b>71</b>
1. Pengertian Keputusan Pembelian.....	71
2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian .....	72
3. Indikator Keputusan Pembelian .....	74
4. Keputusan Pembelian dalam Konsep Islam .....	75
<b>F. Konsep dan Teori Loyalitas Konsumen.....</b>	<b>77</b>
1. Pengertian Loyalitas Konsumen .....	77
2. Jenis-jenis Loyalitas Konsumen.....	78
3. Tahapan Loyalitas .....	80
4. Indikator Loyalitas Konsumen.....	80
5. Konsep Loyalitas Konsumen .....	81

6. Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Konsumen.....	83
7. Loyalitas Konsumen dalam Perspektif Islam.....	84
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>87</b>
<b>A. Pendekatan dan Metode Penelitian .....</b>	<b>87</b>
<b>B. Jenis dan Sumber data .....</b>	<b>87</b>
1. Jenis dan Sumber Data .....	87
2. Sumber Data.....	88
<b>C. Populasi dan Sampel .....</b>	<b>88</b>
1. Populasi.....	88
2. Sampel.....	89
<b>D. Metode Penelitian dan Teknik Pengumpulan Data .....</b>	<b>89</b>
1. Metode Pengumpulan Data.....	89
2. Teknik Pengumpulan Data.....	90
<b>E. Definisi Oprasionalisasi Variabel .....</b>	<b>90</b>
<b>F. Teknik Analisis Data.....</b>	<b>94</b>
1. Analisis Statistik Deskriptif .....	94
2. Uji Instrumen Penelitian .....	95
3. Uji Asumsi Klasik.....	96
4. Uji Hipotesis .....	98
5. Analisis Jalur ( <i>Path Analysis</i> ).....	99
6. Uji Koefisien Determinasi .....	100
<b>BAB IV PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN .....</b>	<b>101</b>
<b>A. Gambaran Umum Objek Penelitian .....</b>	<b>101</b>
1. Sejarah <i>Kentucky Fried Chicken</i> (KFC) .....	101
2. Perkembangan <i>Kentucky Fried Chicken</i> (KFC).....	102
3. Visi dan Misi Perusahaan.....	104
<b>B. Hasil Penelitian.....</b>	<b>104</b>
1. Statistik Deskriptif .....	104
2. Analisis Uji Instrumen Data.....	110
3. Analisis Uji Asumsi Klasik.....	112
4. Uji Hipotesis .....	115

a. Uji Signifikan Parsial .....	115
5. Analisis Jalur ( <i>Path Analysis</i> ) .....	117
6. Uji Koefisien Determinasi .....	123
7. Diagram Analisis Jalur .....	124
<b>C. Pembahasan Hasil Penelitian .....</b>	<b>125</b>
1. Pembahasan Pengaruh Label Halal (X1) terhadap Loyalitas Konsumen (Z).....	125
2. Pembahasan Pengaruh <i>Brand Image</i> (X2) terhadap Loyalitas Konsumen (Z) .....	126
3. Pembahasan Pengaruh Aksi Boikot (X3) terhadap Loyalitas Konsumen (Z).....	127
4. Pembahasan Pengaruh Keputusan Pembelian (Y) terhadap Loyalitas Konsumen (Z) .....	129
5. Pembahasan Pengaruh Label Halal (X1) terhadap Loyalitas Konsumen (Z) melalui Keputusan Pembelian (Y) .....	131
6. Pembahasan Pengaruh <i>Brand Image</i> (X2) terhadap Loyalitas Konsumen (Z) melalui Keputusan Pembelian (Y).....	132
7. Pembahasan Pengaruh Aksi Boikot (X3) terhadap Loyalitas Konsumen (Z) melalui Keputusan Pembelian (Y) .....	133
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>134</b>
<b>A. Simpulan .....</b>	<b>134</b>
<b>B. Saran .....</b>	<b>136</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>140</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Hasil Penelitian Terdahulu .....	29
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel Penelitian .....	91
Tabel 3.2 Skala Likert .....	94
Tabel 3.3 Klasifikasi TCR .....	94
Tabel 4.1 Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin .....	105
Tabel 4.2 Karakteristik Responden berdasarkan Usia .....	106
Tabel 4.3 Karakteristik Responden berdasarkan Pekerjaan .....	107
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas.....	111
Tabel 4.5 Hasil Uji Reliabilitas .....	112
Tabel 4.6 Kolmogorov-Smirnov .....	113
Tabel 4.7 Hasil Uji Multikolinearitas .....	113
Tabel 4.8 Uji Heterokedastisitas .....	114
Tabel 4.9 Uji Signifikan Parsial (Uji t) .....	115
Tabel 4.10 Nilai hitung pengaruh label halal, <i>brand image</i> , aksi boikot terhadap keputusan pembelian.....	117
Tabel 4.11 Koefisien Determinasi .....	119
Tabel 4.12 Nilai hitung pengaruh label halal, <i>brand image</i> , aksi boikot terhadap loyalitas konsumen melalui keputusan pembelian .....	119
Tabel 4.13 Koefisien Determinasi.....	123

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Restoran Cepat Saji yang Populer di Indonesia Tahun 2022 .....	2
Gambar 1.2 Aksi Bela Palestina di depan BIP Bandung .....	9
Gambar 1.3 Kerangka Berpikir .....	22
Gambar 2.1 Label Halal pada Restoran dan Kemasan.....	51
Gambar 4.1 Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin .....	105
Gambar 4.2 Karakteristik Responden berdasarkan Usia.....	107
Gambar 4.3 Karakteristik Responden berdasarkan Pekerjaan .....	109
Gambar 4.4 Uji Heterokedastisitas Grafik Scartteplot.....	114
Gambar 4.6 Analisis Jalur ( <i>Path Analisis</i> ).....	124



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisiener .....	149
Lampiran 2 Hasil Data Responden .....	154
Lampiran 3 Output Regresi.....	172
Daftar Riwayat Hidup .....	183

