

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
SURAT KETERANGAN	iv
HALAMAN PERNYATAAN	v
HALAMAN DEDIKASI	vi
INTISARI	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
PENDAHULUAN	1
Latar Belakang.....	1
Tujuan Penelitian	8
Manfaat Penelitian	9
TINJAUAN PUSTAKA	10
Kualitas Produk.....	10
Getok Tular Elektronik	13
Citra Merek	16
Label Sertifikasi Halal	19
Kepuasan	22
Niat Beli Ulang	24
LANDASAN TEORI DAN HIPOTESIS	28
Landasan Teori.....	28
Hipotesis.....	32
MATERI DAN METODE	33
Materi.....	33
Desain Penelitian.....	33
Populasi dan Sampel.....	33
Instrumen dan Skala Penelitian.....	36
Analisis Statistik Deskriptif.....	37
Metode.....	37
Model Pengukuran	38
Validitas konvergen	38
Validitas diskriminan	40
Reliabilitas.....	41
Model Struktural	41
Evaluasi Model Struktural.	41
Pengujian Hipotesis	42
HASIL DAN PEMBAHASAN	43
Karakteristik Responden.....	43
Jenis Kelamin	44
Umur.....	45

Domisili.....	46
Pendidikan Terakhir.....	46
Pendapatan atau uang saku per bulan.....	47
Karakteristik Perilaku Konsumsi Es Krim Waralaba.....	48
Merek es krim waralaba yang sering dibeli.....	49
Frekuensi konsumsi dalam satu bulan.....	50
Pengeluaran dalam satu kali pembelian.....	50
Sumber informasi es krim waralaba.....	51
Analisis Statistik Deskriptif.....	52
Kualitas Produk.....	52
Getok Tular Elektronik.....	53
Citra Merek.....	55
Label Sertifikasi Halal.....	56
Kepuasan.....	57
Niat Beli Ulang.....	58
Model Pengukuran.....	59
Validitas.....	60
Reliabilitas.....	63
Model Struktural.....	64
Evaluasi Model Struktural.....	66
Pengujian Hipotesis.....	69
Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan.....	69
Pengaruh getok tular elektronik terhadap kepuasan.....	71
Pengaruh citra merek terhadap kepuasan.....	72
Pengaruh label sertifikasi halal terhadap kepuasan.....	74
Pengaruh kualitas produk terhadap niat beli ulang.....	75
Pengaruh getok tular elektronik terhadap niat beli ulang.....	77
Pengaruh citra merek terhadap niat beli ulang.....	78
Pengaruh label sertifikasi halal terhadap niat beli ulang.....	80
Pengaruh kepuasan terhadap niat beli ulang.....	82
KESIMPULAN DAN SARAN.....	85
Kesimpulan.....	85
Saran.....	85
RINGKASAN.....	87
DAFTAR PUSTAKA.....	95
UCAPAN TERIMAKASIH.....	109
LAMPIRAN.....	111