

**DEPARTEMEN PENDIDIKAN NASIONAL
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS AIRLANGGA**

**PROGRAM STUDI : EKONOMI ISLAM
DAFTAR No. :**

**ABSTRAKSI
SKRIPSI SARJANA EKONOMI**

**NAMA : ANNIZA CITRA PRAJASARI
NIM : 041014034
TAHUN PENYUSUNAN : 2013-2014**

JUDUL:

Pengaruh Asosiasi Merek Terhadap Niat Beli Melalui Sikap yang Dimoderasi Oleh Tingkat Pengetahuan Agama Konsumen Muslim pada Mobil Lexus di Surabaya

ISI:

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh asosiasi merek terhadap niat beli melalui sikap yang dimoderasi oleh tingkat pengetahuan agama konsumen muslim pada mobil Lexus di Surabaya.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Penelitian ini menggunakan sampel berjumlah 40 responden. Adapun karakteristik populasi dalam penelitian ini adalah konsumen muslim yang berdomisili di Surabaya dan belum memiliki mobil Lexus namun telah memiliki mobil lain sebelumnya. Adapun teknik analisis yang digunakan adalah *Partial Least Square (PLS)*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa asosiasi merek berpengaruh secara signifikan terhadap sikap konsumen muslim pada mobil Lexus. Hasil lainnya menunjukkan bahwa tingkat pengetahuan agama secara signifikan memperlemah pengaruh sikap terhadap niat beli konsumen muslim pada mobil Lexus. Kemudian, asosiasi merek tidak berpengaruh secara signifikan terhadap niat beli konsumen muslim pada mobil Lexus.

Kata Kunci: Asosiasi Merek, Sikap Konsumen Muslim, Niat Beli Konsumen Muslim, Tingkat Pengetahuan Agama.