

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	ii
KATA PENGANTAR	iv
<i>ABSTRACT</i>.....	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I.....	14
PENDAHULUAN	14
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	14
1.1.1 Profil Apple Inc.....	14
1.1.2 Smartphone iPhone.....	14
1.1.3 Visi dan Misi.....	15
1.1.3.1 Visi.....	15
1.1.3.2 Misi	15
1.2 Latar Belakang Penelitian	15
1.3 Perumusan Masalah	23
1.4 Tujuan Penelitian	24
1.5.1 Manfaat Teoritis.....	25
1.5.2 Manfaat Praktis.....	25
1.5.2.1 Sistematika Penulisan Tugas Akhir	25
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	25
2.1 Branding	27
2.2 Brand Awareness (Kesadaran Merek).....	27

2.3	Brand Image (Citra Merek)	28
2.4	Brand Trust (Kepercayaan Merek).....	30
2.5	Brand Loyalty (Loyalitas Merek).....	31
2.6	Penelitian Terdahulu	33
2.6.1	Jurnal Nasional	38
2.6.2	Jurnal Internasional	54
2.7	Kerangka Pemikiran.....	61
2.7	Hipotesis.....	61
BAB III		64
METODE PENELITIAN.....		64
3.1	Jenis Penelitian	64
3.2	Operasional Variabel.....	65
3.2.1	Skala Pengukuran.....	73
3.3	Tahapan Penelitian	74
3.4	Populasi dan Sampel.....	76
3.4.1	Populasi.....	76
3.4.2	Sampel	76
3.4.2.1	Teknik Pengambilan Sampel	77
3.5	Pengumpulan Data dan Sumber data	78
3.5.1	Pengumpulan Data.....	78
3.5.2	Sumber Data	79
3.6.	Uji Validitas dan Reliabilitas	79
3.6.1	Uji Validitas (AVE).....	79
3.6.2	Uji Reliabilitas	82
3.7	Teknik Analisis Data.....	83

3.7.1	Teknik Analisis Deskriptif.....	83
3.8	Uji Asumsi Klasik.....	85
3.8.1	Uji Normalitas	85
3.8.2	Uji Multikolinearitas.....	85
3.8.3	Uji Heteroskedastisitas	86
3.8.4	Analisis Regresi Linear Berganda	86
3.9	Uji Hipotesis.....	87
3.8.6	Uji Koefisien Determinasi (R^2)	87
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		89
4.1	Karakteristik Responden	89
4.1.1	Karakteristik Responden Sebagai Pengguna iPhone	90
4.1.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	90
4.2	Hasil Penelitian.....	92
4.2.1	Analisis Deskriptif.....	92
4.2.1.1	Tanggapan Responden terhadap <i>Brand Awareness</i>	92
4.2.1.2	Tanggapan Responden terhadap <i>Brand Image</i>	93
4.2.1.3	Tanggapan Responden terhadap <i>Brand Trust</i>	95
4.2.1.4	Tanggapan Responden terhadap <i>Brand Loyalty</i>	97
4.2.2	Uji Validitas dan Reliabilitas	99
4.2.2.1	Uji Validitas (AVE)	99
4.2.3	Uji Reliabilitas (CR).....	100
4.2.4	Uji Asumsi Klasik.....	102
4.2.4.1	Uji Normalitas.....	102
4.2.4.2	Uji Multikolinearitas	104

4.2.4.3	Uji Heteroskedastisitas	105
4.2.5	Analisis Regresi Berganda.....	106
4.2.6	Uji Hipotesis.....	109
4.2.6.2	Pengujian Hipotesis (Uji t)	109
4.2.6.3	Koefisien Determinasi	111
4.3	Pembahasan Hasil Penelitian	112
BAB V	115
KESIMPULAN DAN SARAN.....	115
5.1	Kesimpulan	115
5.2	Saran	115
5.2.1	Aspek Praktis.....	115
5.2.2	Aspek Teorits.....	117
DAFTAR PUSTAKA.....	118
KUISIONER PENELITIAN.....	128