

## DAFTAR ISI

|                                                                  |           |
|------------------------------------------------------------------|-----------|
| HALAMAN SAMPUL .....                                             | i         |
| HALAMAN JUDUL .....                                              | ii        |
| HALAMAN PENGESAHAN .....                                         | iii       |
| HALAMAN PERNYATAAN .....                                         | iv        |
| ABSTRAK.....                                                     | v         |
| ABSTRACT .....                                                   | vi        |
| KATA PENGANTAR .....                                             | vii       |
| DAFTAR ISI .....                                                 | ix        |
| DAFTAR TABEL.....                                                | xii       |
| DAFTAR GAMBAR.....                                               | xiii      |
| DAFTAR GRAFIK.....                                               | xiv       |
| <b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>                                    | <b>1</b>  |
| 1.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian .....                         | 1         |
| 1.1.1 Profil Perusahaan .....                                    | 1         |
| 1.1.2 Visi dan Misi.....                                         | 2         |
| 1.2 Latar Belakang .....                                         | 2         |
| 1.3 Rumusan Masalah .....                                        | 11        |
| 1.4 Pertanyaan Penelitian.....                                   | 12        |
| 1.5 Tujuan Penelitian .....                                      | 12        |
| 1.6 Manfaat Penelitian .....                                     | 12        |
| 1.6.1 Manfaat Teoritis.....                                      | 12        |
| 1.6.2 Manfaat Praktis .....                                      | 13        |
| 1.7 Ruang Lingkup Penelitian.....                                | 13        |
| 1.8 Sistematika Penulisan .....                                  | 13        |
| <b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA dan RUANG LINGKUP PENELITIAN.....</b> | <b>15</b> |
| 2.1 Tinjauan Pustaka Penelitian .....                            | 15        |
| 2.1.1 Pemasaran .....                                            | 15        |
| 2.1.2 Merek .....                                                | 16        |

|                                                          |           |
|----------------------------------------------------------|-----------|
| 2.1.3 <i>Brand Equity</i> (Ekuitas Merek) .....          | 17        |
| 2.1.4 <i>Brand Awareness</i> (Kesadaran Merek) .....     | 20        |
| 2.1.5 <i>Perceived Quality</i> (Persepsi Kualitas) ..... | 22        |
| 2.1.6 <i>Brand Association</i> (Asosiasi Merek) .....    | 24        |
| 2.1.7 <i>Brand Loyalty</i> (Loyalitas Merek).....        | 26        |
| 2.1.8 Keputusan Pembelian Konsumen .....                 | 28        |
| 2.1.9 Penelitian Terdahulu .....                         | 30        |
| 2.2 Kerangka Pemikiran.....                              | 36        |
| 2.3 Hipotesis .....                                      | 39        |
| <b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>                   | <b>41</b> |
| 3.1 Karakteristik Penelitian.....                        | 41        |
| 3.2 Alat Pengumpulan Data .....                          | 42        |
| 3.2.1 Skala.....                                         | 42        |
| 3.3 Tahapan Penelitian.....                              | 49        |
| 3.4 Populasi dan Sampel .....                            | 50        |
| 3.4.1 Populasi.....                                      | 50        |
| 3.4.2 Sampel.....                                        | 50        |
| 3.4.2 Teknik Sampling .....                              | 52        |
| 3.5 Pengumpulan Data dan Sumber Data .....               | 52        |
| 3.5.1 Pengumpulan Data .....                             | 52        |
| 3.5.2 Sumber Data.....                                   | 53        |
| 3.6 Validitas dan Reliabilitas .....                     | 54        |
| 3.6.1 Validitas .....                                    | 54        |
| 3.6.2 Reliabilitas .....                                 | 56        |
| 3.7 Teknik Analisis Data dan Pengujian Hipotesis.....    | 57        |
| 3.7.1 Analisis Deskriptif .....                          | 57        |
| 3.7.2 SEM ( <i>Strucutral Equation Modeling</i> ) .....  | 58        |
| 3.7.2.1 SEM dengan PLS .....                             | 59        |
| 3.7.3 Uji Hipotesis .....                                | 61        |

|                                                                                                              |            |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|
| <b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>                                                          | <b>63</b>  |
| 4.1 Karakteristik Responden .....                                                                            | 63         |
| 4.1.1 Berdasarkan Jenis Kelamin .....                                                                        | 63         |
| 4.1.2 Berdasarkan Usia .....                                                                                 | 64         |
| 4.1.3 Berdasarkan Pekerjaan .....                                                                            | 65         |
| 4.1.4 Berdasarkan Pendapatan .....                                                                           | 66         |
| 4.1.5 Berdasarkan Lama Penggunaan Smartphone Apple iPhone .....                                              | 67         |
| 4.2 Hasil Penelitian .....                                                                                   | 67         |
| 4.2.1 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Brand Equity .....                                               | 67         |
| 4.2.1.1 Sub Variabel Brand Awareness .....                                                                   | 68         |
| 4.2.1.2 Sub Variabel Brand Association .....                                                                 | 69         |
| 4.2.1.3 Sub Variabel Perceived Quality .....                                                                 | 72         |
| 4.2.1.4 Sub Variabel Brand Loyalty .....                                                                     | 74         |
| 4.2.1.5 Brand Equity Secara Keseluruhan .....                                                                | 77         |
| 4.2.2 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian .....                                        | 78         |
| 4.2.3 Hasil Uji Model Pengukuran (Outer Model) .....                                                         | 83         |
| 4.2.4 Hasil Uji Model Struktural (Inner Model) .....                                                         | 87         |
| 4.2.4.1 Pengujian Hipotesis .....                                                                            | 88         |
| 4.2.5 Pembahasan Hasil Penelitian .....                                                                      | 90         |
| 4.2.6 Pembahasan Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian<br><i>Smartphone</i> Apple iPhone ..... | 90         |
| <b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>                                                                       | <b>93</b>  |
| 5.1 Kesimpulan .....                                                                                         | 93         |
| 5.2 Saran .....                                                                                              | 93         |
| 5.2.1 Saran Untuk Perusahaan .....                                                                           | 93         |
| 5.2.2 Saran Untuk Penelitian Lanjutan .....                                                                  | 94         |
| <b>Daftar Pustaka .....</b>                                                                                  | <b>95</b>  |
| <b>LAMPIRAN.....</b>                                                                                         | <b>100</b> |