

## DAFTAR ISI

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

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
<b>BAB III .....</b>		<b>64</b>
<b>METODE PENELITIAN.....</b>		<b>64</b>
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
<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>		<b>89</b>
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
<b>4.2.5</b>	<b>Analisis Regresi Berganda.....</b>	<b>106</b>
<b>4.2.6</b>	<b>Uji Hipotesis.....</b>	<b>109</b>
4.2.6.2	Pengujian Hipotesis (Uji t) .....	109
4.2.6.3	Koefisien Determinasi .....	111
<b>4.3</b>	<b>Pembahasan Hasil Penelitian .....</b>	<b>112</b>
<b>BAB V</b>	<b>.....</b>	<b>115</b>
<b>KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>.....</b>	<b>115</b>
<b>5.1</b>	<b>Kesimpulan .....</b>	<b>115</b>
<b>5.2</b>	<b>Saran .....</b>	<b>115</b>
<b>5.2.1</b>	<b>Aspek Praktis.....</b>	<b>115</b>
<b>5.2.2</b>	<b>Aspek Teorits.....</b>	<b>117</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>.....</b>	<b>118</b>
<b>KUISIONER PENELITIAN.....</b>	<b>.....</b>	<b>128</b>