

DAFTAR ISI

ABSTRAK	8
ABSTRAC.....	9
DAFTAR GAMBAR.....	13
DAFTAR TABEL	14
BAB I.....	16
PENDAHULUAN	16
1.1 Gambaran Umum Penelitian.....	16
1.1.1 Profil Umum Perusahaan	16
1.1.2 Visi dan Misi Perusahaan	17
1.1.3 Produk dan Layanan Apple.....	18
1.2 Latar Belakang Penelitian	18
1.3 Perumusan Masalah	26
1.4 Tujuan Penelitian.....	26
1.4.1 Manfaat Penelitian	26
1.4.2 Kegunaan Praktis	26
1.5 Waktu dan Periode Penelitian	27
1.6 Sistematika Penulisan	27
BAB II	28
TINJAUAN PUSTAKA.....	28
2.1 Tinjauan Pustaka Penelitian	28
2.1.1 Pemasaran	28
2.1.2 Bauran Pemasaran	29
2.1.3 Merek (<i>Brand</i>).....	30
2.1.4 <i>Brand Image</i>	31
2.1.5 Sosial Media	32
2.1.6 <i>Word of Mouth</i> (WOM)	33
2.1.7 Electronic Word of Mouth (eWOM)	34
2.1.8 Loyalitas Pelanggan.....	35
2.2 Penelitian Terdahulu	36
2.3 Kerangka Pemikiran	48
2.4 Hipotesis.....	50

2.5 Ruang Lingkup Penelitian.....	51
BAB III.....	52
METODE PENELITIAN.....	52
3.1 Jenis Penelitian	52
3.2 Variabel Operasional dan Skala Pengukuran	52
3.2.1 Operasional Variabel	52
3.2.2 Skala Pengukuran.....	55
3.3 Tahapan Penelitian	56
3.4 Populasi dan Sampel.....	56
3.4.1 Populasi.....	56
3.4.2 Sampel.....	56
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	58
3.5.1 Jenis Data	58
3.6 Uji Validitas dan Reabilitas	58
3.6.1 Uji Validitas.....	58
3.6.2 Uji Reliabilitas.....	59
3.7 Teknik Analisis Data.....	59
3.7.1 Analisis Deskriptif	59
3.7.2 Method of Succesive Interval (MSI)	61
3.7.3 Uji Asumsi Klasik	62
3.7.4 Analisis Regresi Linier Berganda	62
3.7.5 Uji Hipotesis	63
3.7.6 Koefisien Determinasi	65
BAB IV	66
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	66
4.1 Pengumpulan Data	66
4.2 Karakteristik Responden	66
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	67
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	68
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	68
4.3 Hasil Penelitian.....	69
4.3.1 Analisis Deskriptif	69
4.3.2 Methode of Succesive Interval (MSI).....	79
4.4 Asumsi Klasik	79
4.4.1 Pengujian Prasyarat Analisis	79
4.5 Analisis Regresi Berganda.....	84
4.5.1 Hasil Analisis Regresi Berganda	84

4.5.2 Uji Hipotesis	85
4.5.3 Koefisien Determinasi	88
4.6 Pembahasan Hasil Penelitian.....	88
BAB V	91
KESIMPULAN DAN SARAN	91
5.1 Kesimpulan.....	91
5.2 Saran.....	91
5.2.1 Saran Bagi Perusahaan	91
5.2.2 Saran Bagi Peneliti Selanjutnya	92
DAFTAR PUSTAKA.....	93
LAMPIRAN.....	96