

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.1.1 Profil Umum Apple Inc.....	1
1.1.2 Produk Apple Inc (iPhone 13 Series).....	2
1.1.3 Logo Perusahaan	3
1.1.4 Visi dan Misi	4
1.2 Latar Belakang Penelitian	4
1.3 Rumusan Masalah	15
1.4 Tujuan Penelitian	16
1.5 Kegunaan Penelitian.....	16
1.5.1 Kegunaan Teoritis	16
1.5.2 Kegunaan Praktis	17
1.6 Sistematika Penulisan.....	17
1.7 Waktu dan Periode Penelitian	18
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	16
2.1 Rangkuman Teori.....	16
2.1.1 Perilaku Konsumen	16
2.1.2 Kualitas Produk.....	16

2.1.3	Electronic Word Of Mouth (EWOM)	17
2.1.4	Citra Merek	18
2.1.5	Keputusan Pembelian	20
2.1.6	Hubungan Kualitas Produk Dengan Keputusan Pembelian	20
2.1.7	Hubungan Electronic Word Of Mouth Dengan Keputusan Pembelian	21
2.1.8	Hubungan Citra Merek Dengan Keputusan Pembelian	22
2.1.9	Hubungan Kualitas Produk Dengan Keputusan Pembelian Melalui Citra Merek	22
2.1.10	Hubungan Electronic Word Of Mouth Dengan Keputusan Pembelian Melalui Citra Merek	23
2.2	Penelitian Terdahulu	24
2.3	Kerangka Pemikiran	33
2.4	Hipotesis Penelitian	34
2.5	Ruang Lingkup Penelitian	34
BAB III METODE PENELITIAN		36
3.1	Jenis Penelitian	36
3.2	Variabel Operasional dan Skala Pengukuran	37
3.2.1	Variabel Operasional	37
3.2.2	Skala Pengukuran	40
3.3	Tahapan Penelitian	41
3.4	Populasi dan Sampel	42
3.4.1	Populasi	42
3.4.2	Sampel	43
3.5	Pengumpulan Data	44
3.6	Sumber Data	44

3.7	Analisis Deskriptif	45
3.8	Struktural Equation Modeling (SEM)	46
3.9	Metode Analisis Data	47
3.9.1	Pengukuran Model (Outer Model)	48
3.9.2	Pengukuran Struktural (Inner Model)	49
3.10	Uji Hipotesis dan Pembahasan	53
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		54
4.1	Hasil Analisis	54
4.2	Analisis Karakteristik Responden	54
4.2.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	55
4.2.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	56
4.2.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	56
4.2.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan	57
4.2.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Asal Domisili	58
4.3	Hasil Penelitian Analisis Deskriptif	58
4.3.1	Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kualitas Produk (X1)	59
4.3.2	Tanggapan Responden Terhadap Variabel Electronic Word Of Mouth (X2)	64
4.3.3	Tanggapan Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian (Y)	67
4.3.4	Tanggapan Responden Terhadap Variabel Citra merek (Z)	70
4.4	Analisis PLS SEM	72
4.4.1	Hasil Uji Model Pengukuran (Outer Model)	73
4.4.2	Hasil Uji Model Struktural (Inner Model)	81
4.5	Pembahasan Hasil Penelitian	87
4.5.1	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	87

4.5.2	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Citra merek.....	88
4.5.3	Pengaruh Electronic Word Of Mouth Terhadap Citra merek	88
4.5.4	Pengaruh Citra merek Terhadap Keputusan Pembelian.....	89
4.5.5	Pengaruh Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian	89
4.5.6	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Citra merek	90
4.5.7	Pengaruh Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Citra merek	90
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		89
5.1	Kesimpulan	89
5.2	Saran.....	90
DAFTAR PUSTAKA		92
LAMPIRAN.....		95