

## DAFTAR ISI

PERSETUJUAN SKRIPSI .....	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI .....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....	v
ABSTRACT .....	vi
ABSTRAK .....	vii
KATA PENGANTAR .....	viii
DAFTAR ISI.....	xi
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	12
1.3. Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	13
1.3.1 Tujuan Penelitian .....	13
1.3.2 Manfaat Penelitian .....	13
BAB II LANDASAN TEORI .....	15
2.1. Landasan Teori .....	15
2.1.1 Perilaku Konsumen.....	15
2.1.2 Brand Loyalty .....	16
2.1.3 Purchase Decision.....	19
2.1.4 Perceived Quality.....	21
2.1.5 Perceived price.....	24

2.2 Pengaruh Antar Variabel dan Perumusan Hipotesis.....	26
2.2.1 Pengaruh Perceived quality terhadap Purchase decision.....	26
2.2.2 Pengaruh Perceived price terhadap Purchase decision .....	27
2.2.3 Pengaruh Perceived quality terhadap Brand Loyalty.....	27
2.2.4 Pengaruh Perceived price terhadap Brand Loyalty .....	28
2.2.5 Pengaruh Brand Loyalty dengan Purchase decision .....	29
2.3. Kerangka Pemikiran Teoritis.....	29
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>31</b>
3.1 Variabel Penelitian Dan Definisi Operasional .....	31
3.1.1. Definisi Konseptual Variabel.....	31
3.1.2. Definisi Operasional Variabel Dan Indikator Pengukuran .....	32
3.2 Populasi dan Sampel .....	33
3.3 Jenis Dan Sumber Data .....	35
3.4 Metode Pengumpulan Data .....	35
3.5 Skala Pengukuran Data .....	35
3.6 Metode Analisis Data .....	36
3.6.1 Analisis Deskripsi Variabel .....	36
3.6.2 Confirmatory Factor Analysis .....	36
3.6.2.1 Uji Validitas.....	36
3.6.2.2 Uji Reliabilitas .....	37
3.6.3 Pengujian Model Struktural.....	37
3.6.3.1 Pengujian Normalitas.....	37
3.6.3.2 Perancangan Model Struktural.....	37
3.6.4 Pengujian Hipotesis .....	37
3.6.5 Pengukuran Overall Fit.....	38
<b>BAB IV .....</b>	<b>39</b>
<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>39</b>
4.1 Karakteristik Responden .....	39
4.1.1 Jenis Kelamin Responden.....	39

4.1.3 Lama Menggunakan Produk Apple .....	40
4.1.4 Memiliki dan menggunakan lebih dari 1 produk Apple .....	41
4.2 Analisis Kuantitatif.....	41
4.2.1 Uji Validitas dan Reliabilitas .....	41
4.2.2 Uji Normalitas.....	49
4.2.3 Hasil Structural Equation Modelling .....	53
4.2.4 Pengujian Hipotesis .....	54
4.2.4.1 Pengaruh Perceived quality Terhadap Purchase decision.....	54
4.2.4.2 Pengaruh Perceived price Terhadap Purchase decision.....	55
4.2.4.3 Pengaruh Perceived quality Terhadap Brand loyalty .....	55
4.2.4.4 Pengaruh Perceived price Terhadap Brand loyalty.....	55
4.2.4.5 Pengaruh Purchase decision Terhadap Brand loyalty.....	56
4.2.5 Koefisien Determinasi .....	56
4.2.6 Pengujian Fit Model.....	57
4.2.7 Pengaruh Langsung Dan Tidak Langsung .....	57
4.3 Pembahasan .....	59
4.3.1 Pengaruh Perceived quality Terhadap Purchase decision.....	60
4.3.2 Pengaruh Perceived price Terhadap Purchase decision.....	61
4.3.3 Pengaruh Perceived quality Terhadap Brand loyalty .....	62
4.3.4 Pengaruh Perceived price Terhadap Brand loyalty.....	62
4.3.5 Pengaruh Purchase decision Terhadap Brand loyalty.....	63
BAB V PENUTUP.....	66
5.1 Kesimpulan.....	66
5.1.1 Kesimpulan Masalah Penelitian.....	66
5.1.2 Kesimpulan Hipotesis Penelitian .....	66
5.2 Implikasi Teoritis.....	67
5.3 Implikasi Manajerial.....	68
5.4 Keterbatasan Penelitian .....	69
5.5 Agenda Penelitian Yang akan Datang .....	69
DAFTAR PUSTAKA .....	70
LAMPIRAN A .....	75
LAMPIRAN B .....	79
LAMPIRAN C .....	85