

ABSTRAK

Seiring dengan berkembangnya teknologi gadget saat ini, banyak sekali perusahaan elektronik yang terus mengembangkan produknya dengan tujuan untuk selalu menjadi pilihan konsumen dalam memenuhi kebutuhannya. Gaya hidup anak muda masa kini yang tidak pernah lupa untuk membawa gadget kesayangannya dan didukung oleh pertumbuhan produk smartphone memang luar biasa di dunia termasuk di Indonesia. Kecenderungan inilah yang menyebabkan keperluan akan gadget smartphone semakin meningkat bahkan menjadi kebutuhan hidup.

Berkenaan dengan hal tersebut, maka penelitian ini mencoba untuk mengidentifikasi pengaruh Brand image serta brand trust terhadap brand loyalty produk pada Mahasiswa Universitas Kristen Maranatha yang menggunakan produk Apple iPhone. Sample yang digunakan menggunakan metode purposive sampling. Adapun yang menjadi sampel dari penelitian ini yaitu mahasiswa UKM yang menggunakan produk Apple yaitu iPhone. Model regresi berganda digunakan dalam penelitian ini sebagai model analisis data. Hasil penelitian ini menunjukkan terdapat pengaruh positif *brand image* dan *brand trust* terhadap *brand loyalty* sebesar 39,3%

Kata-kata kunci: *brand image*, *brand trust*, *brand loyalty*, loyalitas konsumen, iPhone

ABSTRACT

Along with the development of technology gadgets today, many electronics companies that continue to develop products with purpose to always be the choice of consumers to meet their needs. The lifestyle of young people nowadays who never forgets to bring his favorite gadget and supported by the growth of smartphones in Indonesia. This tendency is causing the need for increasing smartphone gadget even become a necessity of life.

This research's purpose is to identify the result of the brand image and brand trust on brand loyalty product at Maranatha Christian University students who use Apple products, which is iPhone. The sample that is taken uses purposive sampling method. The sample that is used in this research comes from some Maranatha Christian University students who use Apple products which is iPhone. Multiple regression model used in this study as a model for data analyze. The result of the research shows that these is a positive effect from the brand image and brand trust to customer loyalty Apple products by 39,3%

Keywords: Brand Image, Brand trust. Brand loyalty, iPhone

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAAN SKRIPSI	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK.....	v
ABSTRACT.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
 BAB I PENDAHULUAN.....	 1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan Penelitian.....	3
1.4 Kegunaan Penelitian.....	4
 BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN,DAN	
PENGEMBANGAN HIPOTESIS	5
2.1 Kajian Pustaka	5
2.1.1 Pengertian Pemasaran.....	5
2.1.2 Pengertian Bauran Pemasaran	5
2.1.3 Product	7
2.1.4 Brand	10
2.1.5 Perilaku Konsumen	17
2.1.6 Keputusan Pembelian	19

2.1.7 Tahap-Tahap Dalam Proses Keputusan Pembelian.....	20
2.1.8 Loyalitas Konsumen.....	22
2.2 Rerangka Teoritis	26
2.3 Rerangka Pemikiran	27
2.4 Penelitian Terdahulu.....	28
2.5 Pengembangan Hipotesis.....	29
2.6 Model Penelitian.....	30
BAB III METODE PENELITIAN	31
3.1 Jenis Penelitian	31
3.2 Populasi dan sampel	31
3.2.1 Populasi	31
3.2.2 Sampel	32
3.3 Teknik Pengambilan Sampel.....	32
3.3.1 Penentuan Jumlah sampel.....	33
3.4 Definisi Operasional Variabel (DOV).....	34
3.5 Metode Pengumpulan Data	37
3.6 Metode Analisis Data	38
3.6.1 Uji Instrumen.....	38
3.6.1.1 Uji Validitas.....	38
3.6.1.2 Uji Reliabilitas.....	39
3.6.2 Uji Regresi Berganda	40
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	41
4.1 Karakteristik Responden	41
4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	41
4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	42
4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Profesi	42
4.2 Uji Instrumen.....	43

4.2.1 Uji Validitas.....	43
4.2.2 Uji Reliabilitas.....	44
4.3 Uji Regresi Berganda	45
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	48
5.1 Kesimpulan.....	48
5.2 Saran	49
5.3 Keterbatasan Penelitian	50
DAFTAR PUSTAKA.....	51

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.2 Kerangka Teoritis.....	25
Gambar 2.3.1 Kerangka Pemikiran.....	26
Gambar 2.6.1 Model Penelitian	29

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.4.1 Penelitian terdahulu	27
Tabel 3.4.1 DOV	33
Tabel 3.5.1 Tabel skala Likert	37
Tabel 4.1 Jenis kelamin responden	40
Tabel 4.2 Usia responden.....	41
Tabel 4.3 Profesi Responden	42
Tabel 4.4 Validitas Data	42
Tabel 4.5 Uji Reliabilitas	44
Tabel 4.6 Uji Regresi	45
Tabel 4.6.1 Model summary	46

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
KUESIONER	53