

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR	
PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR.....	
ABSTRAK.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	5
1.4.1 Manfaat teoritis.....	5
1.4.2 Manfaat Praktis	6
1.5 Sistematika Penulisan	6
BAB II.....	8
TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1 Konsep Konstruk/Variabel.....	8
2.1.1 <i>Brand Reputation</i>	8
2.1.2 <i>Brand Experience</i>	11
2.1.3 <i>Brand Competence</i>	13
2.1.4 <i>Trust in a Brand</i>	14
2.2 Pengujian Hipotesis	17
2.2.1 <i>Brand Reputation dan Trust in a Brand</i>	17
2.2.2 <i>Brand Experience dan Trust in a Brand</i>	18
2.2.3 <i>Brand Competence dan Trust in a Brand</i>	19
2.2.4 Hubungan Simultan antara <i>Brand Reputation, Brand Experience, dan Brand Competence</i> terhadap <i>Trust in a Brand</i>	20
2.3 Penelitian Terdahulu	20
2.4 Model Penelitian	23
BAB III.....	24
METODOLOGI PENELITIAN	24
3.1 Paradigma Penelitian	24
3.2 Penelitian Kuantitatif.....	24
3.3 Desain Penelitian	25
3.4 Obyek Penelitian	26

3.5	Unit Analisis	27
3.6	Pengukuran Variabel	27
3.7	Konseptual dan Definisi Operasional Variabel	28
3.8	Skala Pengukuran	31
3.9	Metode Pengumpulan Data	33
3.10	Etika dalam Pengumpulan Data	35
3.11	Populasi, Sampel dan Metode Penarikan Sampel	37
3.12	Ukuran Sampel	38
3.13	Metode Analisis Data	39
3.14	Analisis Statistik Deskriptif	39
3.15	Statistik Inferensial	40
3.16	<i>Goodness of Fit (GoF)</i>	41
3.17	Uji Validitas	41
3.18	Uji Reliabilitas	42
3.19	<i>Structural Equation Modelling (SEM)</i>	42
3.20	<i>Partial Least Square (PLS)</i>	43
BAB IV		45
ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN		45
4.1	Karakteristik Responden Penelitian	45
4.1.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	46
4.1.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	46
4.1.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	47
4.2	Hasil Penelitian	48
4.2.1	Statistik Deskriptif	49
4.2.2	Statistik Inferensial	50
4.2.3	Validitas Konvergen (<i>Convergent Validity</i>)	51
4.2.4	Validitas Diskriminan (<i>Discriminant Validity</i>)	53
4.2.5	Uji Reliabilitas	55
4.2.6	<i>Outer Model</i>	57
4.2.7	Uji Multikolinearitas	57
4.2.8	<i>Goodness of Fit (GoF)</i>	56
4.2.9	<i>R Square</i> dan <i>Adjusted R Square</i>	58
4.2.10	<i>F Square</i>	60
4.2.11	<i>Predictive Relevance (Q²)</i>	63
4.2.12	Uji Hipotesis	64
4.2.13	Uji Simultan	66
4.2.14	<i>Inner Model</i>	67
4.3	Pembahasan	68
BAB V		73
KESIMPULAN DAN REKOMENDASI		73
5.1	Kesimpulan	73
5.2	Implikasi Teoritis	75
5.3	Implikasi Manajerial	76
5.4	Limitasi Penelitian	77
5.5	Rekomendasi untuk Penelitian Selanjutnya	77
REFERENSI		78

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pangsa <i>iPhone</i> di pasar <i>Smartphone</i> Indonesia periode 2013-2023 ...	2
Gambar 2.1 Model Penelitian	23
Gambar 4.1 <i>Outer Model</i>	55
Gambar 4.2 <i>Inner Model</i>	65



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	20
Tabel 3.1 Definisi Operasional, Pengukuran, dan Skala Pengukuran Variabel Penelitian.....	29
Tabel 3.2 Skala Likert.....	33
Tabel 3.3 Pernyataan Kuesioner Penelitian	33
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	46
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	47
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan.....	48
Tabel 4.4 Statistik Deskriptif	49
Tabel 4.5 Uji Validitas Konvergen berdasarkan nilai loading Factor	51
Tabel 4.6 Uji Validitas Konvergen berdasarkan nilai AVE	52
Tabel 4.7 Uji Validitas Diskriminan Berdasarkan Nilai HTMT	53
Tabel 4.8 Uji Reliabilitas	54
Tabel 4.9 Uji Multikolinearitas Berdasarkan Nilai VIF	56
Tabel 4.10 Goodness of Fit (GoF) Berdasarkan Nilai SRMR.....	57
Tabel 4.11 R Square dan R Square Adjusted	59
Tabel 4.12 F Square.....	60
Tabel 4.13 Predictive Relevance (Q^2)	61
Tabel 4.14 Uji Hipotesis	62
Tabel 4.15 Uji Simultan (Uji F).....	64

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A.....	A-1
LAMPIRAN B.	B-1
LAMPIRAN C.	C-1
LAMPIRAN D.	D-1

