

## DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	V
ABSTRACT.....	VI
KATA PENGANTAR .....	VII
DAFTAR ISI.....	IX
DAFTAR GAMBAR .....	XII
DAFTAR TABEL.....	XIII
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	13
1.3 Tujuan Penelitian .....	14
1.4 Manfaat Penelitian .....	15
1.4.1 Manfaat Teoritis .....	15
1.4.2 Manfaat Praktis .....	15
1.5 Sistematika Penulisan .....	16
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>18</b>
2.1 <i>Brand Experience</i> .....	18
2.2 <i>Brand Loyalty</i> .....	20
2.3 <i>Brand Satisfaction</i> .....	23
2.4 <i>Brand Evangelism</i> .....	24
2.5 Pengajuan Hipotesis .....	26
2.5.1 Hubungan <i>brand experience</i> dan <i>brand evangelism</i> .....	26
2.5.2 Hubungan <i>brand experience</i> dan <i>brand loyalty</i> .....	27
2.5.3 Hubungan <i>brand experience</i> dan <i>brand satisfaction</i> .....	27
2.5.4 Hubungan <i>brand loyalty</i> dan <i>brand evangelism</i> .....	28
2.5.5 Hubungan <i>brand satisfaction</i> dan <i>brand evangelism</i> .....	28
2.5.6 <i>Brand loyalty</i> dan <i>brand satisfaction</i> memiliki peran mediator dalam hubungan <i>brand experience</i> dan <i>brand evangelism</i> .....	29
2.6 Model Penelitian .....	29

<b>BAB III</b>	<b>METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>30</b>
3.1	Objek Penelitian .....	30
	Variabel penelitian terdapat beberapa jenis, diantaranya:.....	30
1.	Variabel Independen .....	30
2.	Variabel Dependen.....	30
3.	Variabel <i>Intervening</i> .....	31
3.2	Unit Analisis .....	31
3.3	Jenis Penelitian.....	32
3.4	Definisi Konseptual dan Definisi Operasional.....	33
3.5	Populasi dan Sampel .....	36
3.5.1	Penentuan Jumlah Sampel .....	37
3.5.2	Metode Penarikan Sampel .....	38
3.6	Metode Pengumpulan Data .....	39
3.7	Metode Analisis Data.....	39
3.7.1	Studi Pendahuluan.....	40
3.7.1.1	Uji Validitas .....	40
3.7.1.2	Uji Reliabilitas .....	41
3.7.2	Statistik Deskriptif .....	41
3.7.3	Statistik Inferensial .....	42
3.7.4	<i>Outer Model</i> .....	42
3.7.5	<i>Inner Model</i> .....	43
<b>BAB IV</b>	<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>45</b>
4.1	Profil Responden.....	45
4.1.1	Domisili.....	45
4.1.2	Jenis Kelamin .....	46
4.1.3	Usia .....	46
4.1.4	Tingkat Pendidikan Terakhir .....	47
4.1.5	Pekerjaan .....	48
4.1.6	Lama Menggunakan iPhone.....	48
4.2	Hasil Uji Studi Pendahuluan .....	49
4.2.1	Uji Validitas .....	50
4.2.1.1	Uji Validitas Variabel <i>Brand Experience</i> .....	50

4.2.1.2	Uji Validitas Variabel <i>Brand Loyalty</i> .....	51
4.2.1.3	Uji Validitas Variabel <i>Brand Satisfaction</i> .....	51
4.2.1.4	Uji Validitas Variabel <i>Brand Evangelism</i> .....	52
4.2.2	Uji Reliabilitas .....	52
4.2.2.1	Uji Reliabilitas Keseluruhan Variabel Pada Studi Pendahuluan...	52
4.3	Statistik Deskriptif .....	53
4.3.1	Statistik Deskriptif Variabel <i>Brand Experience</i> .....	54
4.3.2	Statistik Deskriptif Variabel <i>Brand Loyalty</i> .....	55
4.3.3	Statistik Deskriptif Variabel <i>Brand Satisfaction</i> .....	56
4.3.4	Statistik Deskriptif Variabel <i>Brand Evangelism</i> .....	57
4.4	Statistik Inferensial .....	58
4.4.1	<i>Outer Model</i> .....	58
4.4.2	<i>Inner Model</i> .....	65
4.5	Pengujian Hipotesis.....	67
4.6	Pembahasan Hipotesis.....	72
4.6.1	Pembahasan Hipotesis 1.....	72
4.6.2	Pembahasan Hipotesis 2.....	73
4.6.3	Pembahasan Hipotesis 3.....	73
4.6.4	Pembahasan Hipotesis 4.....	74
4.6.5	Pembahasan Hipotesis 5.....	74
4.6.6	Pembahasan Hipotesis 6.....	75
4.6.7	Pembahasan Hipotesis 7.....	75
<b>BAB V</b>	<b>KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>76</b>
5.1	Kesimpulan .....	76
5.2	Implikasi Teoritis .....	76
5.3	Implikasi Manajerial .....	79
5.4	Keterbatasan Penelitian .....	80
5.5	Saran Penelitian Selanjutnya.....	81

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Negara dengan Pengguna <i>Smartphone</i> Terbanyak (2020).....	3
Gambar 1.2 <i>Market Share Vendor Smartphone</i> di Indonesia (Juli 2021).....	6
Gambar 2.1 Model Penelitian .....	29
Gambar 4.1 Model Struktural Berdasarkan <i>PLS Algorithm</i> .....	66
Gambar 4.2 Model Struktural Berdasarkan <i>Bootstrapping</i> .....	69



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 <i>Market Share Smartphone</i> Indonesia Berdasarkan Sistem Operasi .....	7
Tabel 1.2 Keluhan Pengguna <i>Smartphone</i> .....	8
Tabel 1.3 Keluhan Pengguna iPhone .....	8
Tabel 1.4 Faktor Pertimbangan Keputusan Pembelian <i>Smartphone</i> .....	9
Tabel 1.5 Survei Pengguna iPhone Peluncuran Terhadap iPhone 13 .....	11
Tabel 3.1 Definisi Konseptual dan Definisi Operasional .....	33
Tabel 3.2 Batasan Kategori Jawaban.....	41
Tabel 4.1 Profil Responden Berdasarkan Domisili.....	45
Tabel 4.2 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	46
Tabel 4.3 Profil Responden Berdasarkan Usia .....	46
Tabel 4.4 Profil Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan Terakhir.....	47
Tabel 4.5 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	48
Tabel 4.6 Profil Responden Berdasarkan Lama Menggunakan iPhone.....	48
Tabel 4.7 Uji Validitas Variabel <i>Brand Experience</i> .....	50
Tabel 4.8 Uji Validitas Variabel <i>Brand Loyalty</i> .....	51
Tabel 4.9 Uji Validitas Variabel <i>Brand Satisfaction</i> .....	51
Tabel 4.10 Uji Validitas Variabel <i>Brand Evangelism</i> .....	52
Tabel 4.11 Uji Reliabilitas Keseluruhan Variabel Studi Pendahuluan .....	52
Tabel 4.12 Uji Batasan Katergori Jawaban Responden .....	53
Tabel 4.13 Statistik Deskriptif Variabel <i>Brand Experience</i> .....	54
Tabel 4.14 Statistik Deskriptif Variabel <i>Brand Loyalty</i> .....	55
Tabel 4.15 Statistik Deskriptif Variabel <i>Brand Satisfaction</i> .....	56
Tabel 4.16 Statistik Deskriptif Variabel <i>Brand Evangelism</i> .....	57
Tabel 4.17 Hasil Uji Validitas Konvergen Tahap 1 .....	58
Tabel 4.18 Hasil Uji <i>Average Variance Extracted</i> (AVE) Tahap 1 .....	60
Tabel 4.19 Hasil Uji Validitas Diskriminan Tahap 1 .....	61
Tabel 4.20 Hasil Uji Reliabilitas Tahap 1 .....	61
Tabel 4.21 Hasil Uji Validitas Konvergen Tahap 2 .....	62
Tabel 4.22 Hasil Uji Validitas <i>Average Variance Extracted</i> (AVE) Tahap 2 .....	64
Tabel 4.23 Hasil Uji Validitas Diskriminan Tahap 2 .....	64
Tabel 4.24 Hasil Uji Reliabilitas Tahap 2 .....	65
Tabel 4.25 Hasil <i>R-Square</i> .....	66
Tabel 4.26 Hasil Uji Multikolinearitas .....	67
Tabel 4.27 Hasil Uji Hipotesis Pengaruh Langsung .....	68
Tabel 4.28 Hasil Uji Hipotesis Pengaruh Tidak Langsung.....	69
Tabel 5.1 Perbandingan Hasil Penelitian .....	77