

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAKSI	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	5
1.3. Tujuan Penelitian.....	6
1.4. Manfaat Penelitian.....	6
1.4.1. Manfaat Teoritis	6
1.4.2. Manfaat Praktis	6
1.5. Tinjauan Pustaka	7
1.5.1. Tinjauan Teoritis	7
1.5.2. Tinjauan Empiris.....	18
1.6. Pengaruh Antar Variabel Penelitian	28
1.6.1. Pengaruh Citra Merek terhadap Minat Beli	28
1.6.2. Pengaruh Sosial terhadap Minat Beli.....	29
1.7. Kerangka Pemikiran Penelitian	30
1.8. Hipotesis Penelitian	31
1.9. Definisi Konsep dan Operasional.....	32
1.9.1. Definisi Konsep.....	32
1.9.2. Definisi Operasional.....	32
1.10. Metode Penelitian	36
1.10.1. Jenis Penelitian.....	36
1.10.2. Ruang Lingkup Penelitian.....	36
1.10.3. Populasi dan Sampel	36

1.10.4.	Teknik Pengambilan Sampel.....	38
1.10.5.	Jenis dan Sumber Data.....	38
1.10.6.	Teknik Pengumpulan Data.....	39
1.10.7.	Uji Instrumen	40
1.10.8.	Teknik Analisis Data.....	42
BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN.....		47
2.1	Profil dan Sejarah Apple	47
2.2	Visi dan Misi Apple	49
2.3	Produk Apple.....	50
2.4	Situs Web dan Akun Media Sosial Apple.....	53
BAB III HASIL DAN PEMBAHASAN.....		54
3.1	Karakteristik Responden	54
3.1.1.	Domisili Responden.....	54
3.1.2.	Usia Responden.....	55
3.1.3.	Penghasilan Responden.....	56
3.2	Hasil Uji Instrumen	57
3.2.1.	Uji Validitas	57
3.2.2.	Uji Reliabilitas	59
3.3	Teknik Analisis Data	60
3.3.1.	Analisis Deskriptif	60
3.3.2.	Analisis Inferensial.....	78
3.3.3.	Uji Hipotesis	83
3.4	Pembahasan	85
3.4.1.	Pengaruh Citra Merek terhadap Minat Beli	85
3.4.2.	Pengaruh Pengaruh Sosial terhadap Minat Beli.....	86
3.4.3.	Pengaruh Citra Merek dan Pengaruh Sosial terhadap Minat Beli... 86	
BAB IV PENUTUP		87
4.1	Kesimpulan.....	87
4.2	Saran	87
DAFTAR PUSTAKA		89
LAMPIRAN		94