



PENGARUH *BRAND TRUST* DAN *BRAND PERFORMANCE* TERHADAP *BRAND LOYALTY SMARTPHONE IPHONE MEREK APPLE*

Oleh:

Nama : Steven Tjahyadi

NIM : 24140123

Skripsi

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk
memperoleh gelar Sarjana Manajemen

Program Studi Manajemen

Konsentrasi Pemasaran



KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE
JAKARTA
April 2018

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

PENGESAHAN

PENGARUH BRAND TRUST DAN BRAND PERFORMANCE TERHADAP BRAND LOYALTY SMARTPHONE IPHONE MEREK APPLE

Diajukan oleh:

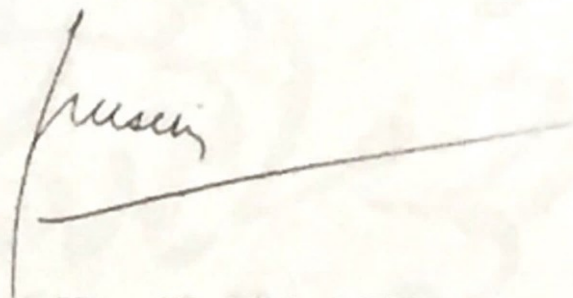
Nama : Steven Tjahyadi

NIM : 24140123

Jakarta, 6 April 2018

Disetujui Oleh:

Pembimbing



(Prof. Dr. Husein Umar, SE., MBA., MM.)

INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

Jakarta 2018

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian



ABSTRAK

Steven Tjahyadi / 24140123 / 2018 / Pengaruh *Brand Trust* dan *Brand performance* terhadap *Brand Loyalty Smartphone* iPhone Merek Apple / Dosen Pembimbing: Prof. Dr. Husein Umar, S.E., M.B.A., M.M.

Penelitian ini mengenai Pengaruh *Brand Trust* dan *Brand performance* terhadap *Brand Loyalty Smartphone* iPhone Merek Apple. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *brand trust* dan *Brand performance* terhadap *brand loyalty smartphone* iPhone merek Apple. Dengan melakukan penelitian ini, dapat diketahui seberapa besar pengaruh *brand trust* dan *Brand performance* terhadap *brand loyalty* dengan objek penelitian yaitu *smartphone* iPhone merek Apple. Melalui berbagai penelitian dan jurnal yang sebelumnya telah dilakukan peneliti lain, peneliti menyadari adanya pengaruh yang mempengaruhi terjadinya *brand loyalty* pada kategori produk *smartphone*.

Variabel dalam penelitian ini terbagi menjadi dua jenis, yaitu variabel independen dan variabel dependen. Variabel independen dalam penelitian ini adalah *brand trust* dan *Brand performance*, sedangkan variabel dependen dalam penelitian ini adalah *brand loyalty*. Dalam mengumpulkan data-data yang diperlukan dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode pengumpulan data dengan kuesioner dan wawancara, serta dari pustaka yang membahas topik yang sejenis. Penelitian ini dilakukan dengan penyebaran kuesioner dan wawancara kepada 107 responden di daerah DKI Jakarta yang terdiri atas pria dan wanita yang berprofesi sebagai pelajar, mahasiswa, karyawan, dan wirasaha yang memiliki pendapatan kurang dari Rp. 1.000.000 sampai dengan lebih dari Rp. 5.000.000 dengan periode 2 (dua) bulan terhitung sejak November – Desember 2017. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah dengan menggunakan *judgement sampling*, dimana pengambilan sampel sesuai dengan kriteria yang telah ditentukan oleh penulis. Untuk mengetahui hasil, digunakan metode analisis regresi, uji normalitas, uji heterokedastisitas, uji autokorelasi, dan uji multikolinearitas. Alat analisis yang digunakan untuk menguji masing-masing variabel dan pengujian hipotesis adalah dengan menggunakan *software SPSS* versi 20.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *brand trust* dan *Brand performance* berpengaruh positif terhadap *brand loyalty smartphone* iPhone merek Apple dan berpengaruh signifikan terhadap *brand loyalty smartphone* iPhone merek Apple. Artinya semakin tinggi kepercayaan dan pengalaman merek akan berpengaruh terhadap loyalitas merek dalam melakukan pembelian *smartphone* iPhone merek Apple. Di dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa rata-rata responden setuju bahwa jika dikatakan variabel *brand trust* dan *Brand performance* merupakan faktor yang mempengaruhi *brand loyalty smartphone* iPhone merek Apple.

Kata kunci: *Brand trust; Brand performance; Brand Loyalty*



ABSTRACT

Steven Tjahyadi / 24140123 / 2018 / *The Influence of Brand Trust and Brand Performance on Brand Loyalty of iPhone Smartphone* / Advisor: Prof. Dr. Husein Umar, S.E., M.B.A., M.M.

This research is about the Influence of Brand Trust and Brand Performance on Brand Loyalty of iPhone Smartphone. The purpose of this study was to determine and analyze the influence of Brand Trust and Brand Performance on Brand Loyalty of iPhone Smartphone. By doing this research, it can be known how much influence of brand trust and brand performance to brand loyalty with research object that is iPhone smartphone. Through various studies and journals that have previously done other researchers, researchers are aware of the influence that affects the occurrence of brand loyalty in the category of smartphone products.

Variables in this study are divided into two types, namely independent variables and dependent variables. Independent variables in this research are brand trust and brand performance, while the dependent variable in this research is brand loyalty. In collecting data required in this study, the authors use data collection methods with questionnaires and interviews, as well as from libraries that discuss similar topics. This research was conducted by distributing questionnaires and interviews to 107 respondents in DKI Jakarta consisting of men and women who works as students, college students, employee and entrepreneurs who have an income less than Rp. 1.000.000 up to more than Rp. 5.000.000 with e period of two months from November to December 2017. Sampling technique using judgement sampling, where sampling in accordance with criteria that have been determined by the author. To know the result, used regression analysis method, normality test, heteroscedasticity test, autocorrelation test, and multicollinearity test. The analytical tool used to test each variable and hypothesis testing trough software SPSS version 20.

The results showed that brand trust and brand performance have a positive effect on brand loyalty of iPhone smartphone and significant effect on brand loyalty of iPhone smartphone. This means that the higher trust and brand performance will affect brand loyalty in buying iPhone smartphone. In this study it can be concluded that the average respondents agree to say the variable brand trust and brand performance is a factor affecting brand loyalty of iPhone smartphone.

Keywords: *Brand Trust; Brand Performance; Brand Loyalty*



KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena berkat, rahmat, dan penyertaan-Nya peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Skripsi ini merupakan proses akhir yang harus dilewati untuk dapat memperoleh gelar sarjana selama peneliti menempuh perkuliahan di Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie.

Peneliti menyadari bahwa penulisan skripsi ini tidak akan selesai dengan baik tanpa adanya dukungan, bantuan, dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini peneliti ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada pihak – pihak yang senantiasa mendukung dan membantu peneliti selama proses penyusunan skripsi, yaitu:

1. Yth. Bapak Prof. Dr. Husein Umar, selaku dosen pembimbing yang sangat sabar dalam membimbing peneliti dan telah bersedia meluangkan waktu dan pikiran untuk membimbing peneliti selama proses penyusunan skripsi ini sehingga pada akhirnya dapat menyelesaikan skripsi dengan baik.

2. Tuhan Yesus Kristus yang selalu menyertai, memberkati, dan melindungi penulis dengan rahmat dan kasih-Nya yang tak terhingga sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

3. Kedua orang tua, adik, dan keluarga besar atas setiap kasih sayang, dukungan, perhatian, motivasi, dan doa yang selalu dipanjatkan untuk peneliti.

4. Seluruh dosen Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie yang telah memberikan ilmu dan pengajaran yang baik selama peneliti dalam masa studi untuk menyelesaikan Pendidikan Strata Satu (S1) Program Studi Manajemen.

5. Teman – teman terdekat penulis, Graciella Tansah Gunawan, Shannen Bonfilio, Citra Nathalia, Kenny Jonathan, Axel Kalalo, Vanessa Ines, Yumin Chayadi, Fungni Tania, Cecelia Vania,



dan teman – teman lainnya yang mendukung dan berbagi pengetahuan, pengalaman, dan membantu peneliti dalam proses penyusunan skripsi ini.

Seluruh teman dan rekan peneliti di luar kampus yang juga turut memberikan dukungan, bantuan, dan motivasi kepada peneliti dalam proses penyusunan skripsi ini.

Seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang juga telah memberikan semangat, bantuan, dan pengetahuan dari awal sampai akhir selama proses penyusunan skripsi ini.

Peneliti menyadari betul bahwa masih banyak kekurangan dalam penelitian skripsi ini. Namun peneliti berharap skripsi ini dapat membantu dan menjadi referensi bagi yang membutuhkan.

Semoga skripsi ini bermanfaat bagi kita semua. Terima Kasih.

Jakarta, 17 Januari 2018

Peneliti

Steven Tjahyadi



DAFTAR ISI

PENGESAHAN	Error! Bookmark not defined.
ABSTRAK	Error! Bookmark not defined.
ABSTRACT	Error! Bookmark not defined.
KATA PENGANTAR	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR ISI	1
DAFTAR TABEL	Error! Bookmark not defined.
BAB I	Error! Bookmark not defined.
A. Latar Belakang Masalah	Error! Bookmark not defined.
B. Identifikasi Masalah	Error! Bookmark not defined.
C. Batasan Masalah	Error! Bookmark not defined.
D. Batasan Penelitian	Error! Bookmark not defined.
E. Rumusan Masalah	Error! Bookmark not defined.
F. Tujuan Penelitian	Error! Bookmark not defined.
G. Manfaat penelitian	Error! Bookmark not defined.
BAB II	Error! Bookmark not defined.
A. Landasan Teori	Error! Bookmark not defined.
1. <i>Brand Trust</i> (Kepercayaan Merek).....	Error! Bookmark not defined.
2. <i>Brand Performance</i>	Error! Bookmark not defined.

© Hak Cipta milik IBKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

1. Dilarang menyalin atau menjiplak sebagian atau seluruh isi buku ini tanpa izin IBKKG.
 2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBKKG.



3.	Brand Loyalty.....	Error! Bookmark not defined.
B.	Kerangka Pemikiran.....	Error! Bookmark not defined.
C.	Hipotesis Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
BAB III		
A.	Objek Penelitian	Error! Bookmark not defined.
B.	Desain Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
C.	Variabel Penelitian	Error! Bookmark not defined.
D.	Teknik Pengumpulan Data.....	Error! Bookmark not defined.
E.	Teknik Pengambilan Sampel.....	Error! Bookmark not defined.
F.	Teknik Analisis Data.....	Error! Bookmark not defined.
1.	Uji Instrumen Kuesioner.....	Error! Bookmark not defined.
a.	Uji Validitas	Error! Bookmark not defined.
b.	Uji Reliabilitas.....	Error! Bookmark not defined.
2.	Analisis Deskriptif	Error! Bookmark not defined.
a.	Persentase	Error! Bookmark not defined.
b.	Rata-Rata Tertimbang	Error! Bookmark not defined.
3.	Uji Asumsi Klasik.....	Error! Bookmark not defined.
a.	Uji Normalitas	Error! Bookmark not defined.
b.	Uji Multikolinearitas	Error! Bookmark not defined.
c.	Uji Heterokedastisitas	Error! Bookmark not defined.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang. Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Diteliti sebagai bagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBKKG.



d.	Uji Autokorelasi	Error! Bookmark not defined.
4.	Analisis Regresi Linear	Error! Bookmark not defined.
a.	Uji Statistik F	Error! Bookmark not defined.
b.	Uji Statistik t	Error! Bookmark not defined.
c.	Analisis Koefisien Determinasi (R^2)	Error! Bookmark not defined.
BAB IV		Error! Bookmark not defined.
A.	Gambaran Umum Objek Penelitian	Error! Bookmark not defined.
B.	Uji Instrumen Kuesioner	Error! Bookmark not defined.
C.	Validitas dan Reliabilitas	Error! Bookmark not defined.
D.	Analisis Deskriptif	Error! Bookmark not defined.
1.	Analisis Profil Responden	Error! Bookmark not defined.
2.	Analisis Deskriptif Indikator	Error! Bookmark not defined.
3.	Analisis antar Variabel	Error! Bookmark not defined.
E.	Analisis Kausal	Error! Bookmark not defined.
1.	Uji Asumsi Klasik	Error! Bookmark not defined.
2.	Analisis Regresi Linear Berganda	Error! Bookmark not defined.
E.	Pembahasan Hasil Penelitian	Error! Bookmark not defined.
BAB V		Error! Bookmark not defined.
A.	Kesimpulan	Error! Bookmark not defined.
B.	Saran	Error! Bookmark not defined.

Hak Cipta milik IBKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBKKG.

tanpa izin IBKKG.



DAFTAR PUSTAKA**Error! Bookmark not defined.**

LAMPIRAN 1**Error! Bookmark not defined.**

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



DAFTAR TABEL

Tabel 1.	1 Hasil Survey Pra Penelitian	Error! Bookmark not defined.
Tabel 2.	1 Piramida Loyalitas	Error! Bookmark not defined.
Tabel 2.	2 Nilai Loyalitas Merek	Error! Bookmark not defined.
Tabel 2.	3 Penelitian Terdahulu	Error! Bookmark not defined.
Tabel 3.	1 Operasionalisasi Variabel	Error! Bookmark not defined.
Tabel 3.	2 Kriteria Bobot Jawaban Responden.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.	1 Hasil Uji Validitas Indikator <i>Brand Trust</i> (X1).....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.	2 Hasil Uji Reliabilitas Indikator Variabel <i>Brand Trust</i> (X1)	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.	3 Hasil Uji Validitas Indikator Variabel <i>Brand Perfomance</i> (X2)	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.	4 Hasil Uji Reliabilitas Indikator Variabel <i>Brand Performance</i> (X2) ..	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.	5 Hasil Uji Validitas Indikator Variabel <i>Brand Loyalty</i> (Y)	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.	6 Hasil Uji Reliabilitas Indikator Variabel <i>Brand Loyalty</i> (Y).....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.	7 Jenis Kelamin Responden.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.	8 Status Pekerjaan Responden	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.	9 Pendapatan per Bulan Responden.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.	10 Fitur-fitur <i>smartphone</i> iPhone merek Apple.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.	11 Kualitas produk <i>smartphone</i> iPhone merek Apple	Error! Bookmark not defined.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Tabel 4. 12 *Smartphone* iPhone bisa diandalkan untuk menyelesaikan masalah **Error!**

Bookmark not defined.

Tabel 4. 13 *Smartphone* iPhone tidak mengecewakan **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4. 14 *Service center* Apple **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4. 15 Perbandingan *smartphone* iPhone merek Apple dengan merek lain **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4. 16 *Smartphone* iPhone memberi kesan yang elegan **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4. 17 Permasalahan dalam menggunakan *smartphone* iPhone merek Apple **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4. 18 Kenyamanan dalam menggunakan *smartphone* iPhone merek Apple **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4. 19 Keamanan dalam menggunakan *smartphone* iPhone merek Apple **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4. 20 Desain *smartphone* iPhone merek Apple **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4. 21 Kemudahan dalam menggunakan *smartphone* iPhone merek Apple **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4. 22 *Software smartphone* iPhone merek Apple **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4. 23 *Durability smartphone* iPhone merek Apple **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4. 24 Pembelian kembali *smartphone* iPhone merek Apple **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4. 25 Pembelian produk lain dari merek Apple **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4. 26 *Smartphone* iPhone merek Apple sebagai pilihan utama dalam memilih *gadget* **Error! Bookmark not defined.**

1. Latar belakang, tujuan, dan manfaat penelitian.
a. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa penting peran *smartphone* iPhone dalam kehidupan sehari-hari.
b. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa penting peran *smartphone* iPhone dalam kehidupan sehari-hari.
c. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa penting peran *smartphone* iPhone dalam kehidupan sehari-hari.
d. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa penting peran *smartphone* iPhone dalam kehidupan sehari-hari.
e. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa penting peran *smartphone* iPhone dalam kehidupan sehari-hari.
f. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa penting peran *smartphone* iPhone dalam kehidupan sehari-hari.
g. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa penting peran *smartphone* iPhone dalam kehidupan sehari-hari.
h. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa penting peran *smartphone* iPhone dalam kehidupan sehari-hari.
i. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa penting peran *smartphone* iPhone dalam kehidupan sehari-hari.
j. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa penting peran *smartphone* iPhone dalam kehidupan sehari-hari.
k. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa penting peran *smartphone* iPhone dalam kehidupan sehari-hari.
l. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa penting peran *smartphone* iPhone dalam kehidupan sehari-hari.
m. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa penting peran *smartphone* iPhone dalam kehidupan sehari-hari.
n. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa penting peran *smartphone* iPhone dalam kehidupan sehari-hari.
o. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa penting peran *smartphone* iPhone dalam kehidupan sehari-hari.
p. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa penting peran *smartphone* iPhone dalam kehidupan sehari-hari.
q. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa penting peran *smartphone* iPhone dalam kehidupan sehari-hari.
r. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa penting peran *smartphone* iPhone dalam kehidupan sehari-hari.
s. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa penting peran *smartphone* iPhone dalam kehidupan sehari-hari.
t. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa penting peran *smartphone* iPhone dalam kehidupan sehari-hari.
u. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa penting peran *smartphone* iPhone dalam kehidupan sehari-hari.
v. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa penting peran *smartphone* iPhone dalam kehidupan sehari-hari.
w. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa penting peran *smartphone* iPhone dalam kehidupan sehari-hari.
x. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa penting peran *smartphone* iPhone dalam kehidupan sehari-hari.
y. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa penting peran *smartphone* iPhone dalam kehidupan sehari-hari.
z. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa penting peran *smartphone* iPhone dalam kehidupan sehari-hari.

Hasil Cipta Milik IBI IKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie) Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBI IKKG.



Tabel 4. 27 Membeli *smartphone* iPhone merek Apple ketika dibutuhkan **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4. 28 Loyalitas terhadap *smartphone* iPhone merek Apple **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4. 29 Rekomendasi terhadap *smartphone* iPhone merek Apple **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4. 30 Skor rata-rata variabel *brand trust*.....**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4. 31 Skor rata-rata variabel *brand Performance***Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4. 32 Skor rata-rata variabel *brand loyalty***Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4. 33 Hasil uji normalitas.....**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4. 34 Hasil uji multikolinearitas.....**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4. 35 Hasil uji heterokedastisitas**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4. 36 Hasil uji autokorelasi**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4. 37 Hasil uji model F.....**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4. 38 Hasil uji model T**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4. 39 Hasil uji koefisien determinasi**Error! Bookmark not defined.**

1. Dilarang menyalin atau menjiplak sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa izin IBIKKG.
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.