

**MEMBANGUN LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN  
PELANGGAN YANG DIPENGARUHI OLEH KUALITAS PRODUK,  
PERSEPSI HARGA, DAN CITRA MEREK (STUDI PADA  
MAHASISWA PENGGUNA SMARTPHONE MEREK SAMSUNG DI  
FPPB UNIVERSITAS BANGKA BELITUNG)**

**SKRIPSI**



**Diajukan Oleh:**

**NAMA : ELLY  
NIM : 302 15 11 024**

**Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan  
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi**

**JURUSAN MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS BANGKA BELITUNG  
2019**




UNIVERSITAS BANGKA BELITUNG  
FAKULTAS EKONOMI  
JURUSAN MANAJEMEN


LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama	ELLY
NIM	102 15 11 028
Jurusan	MANAJEMEN
Judul Skripsi	"Membangun Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan yang dipengaruhi oleh Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Citra Merek (Studi Pada Mahasiswa Pengguna Smartphone Merek Samsung di FPPIS Universitas Bangka Belitung)"

Pembimbing Utama

Pembimbing Pendamping

  
H. Sumar, S.E., M.M.  
NP. 506808015

  
Christianingrum, S.Pd., M.M.  
NIP. 198704022014042001

Bahaujak, 4 Agustus 2019  
Ketua Jurusan Manajemen



  
S.E., M.M.  
1909198



PENGESAHAN SKRIPSI

MEMBANGUN LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN  
PELANGGAN YANG DIPENGARUHI OLEH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI  
HARGA, DAN CITRA MEREK (STUDI PADA MAHASISWA PENGGUNA  
SMARTPHONE MEREK SAMSUNG DI FPPB  
UNIVERSITAS BANGKA BELITUNG)

Yang Diperiapkan dan Disusun Oleh : Ely  
Nomor Induk Mahasiswa: 302 15 11 004

Telah dipertahankan di depan Tim Pengaji pada Tanggal 7 Agustus 2019 dan telah  
dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima

Dewan Pengaji

Ketua

Dian Prabdaji Wibawa, S.E., M.M.  
NIP. 198207222014042002

Anggota

Mirza Wahyudin, S.E., M.Si.  
NIP. 198708192014041001

Anggota

H. Sunar, S.E., M.M.  
NIP. 506803015

Anggota

Christianderson, S.Pd., M.M.  
NIP. 198704022014042001

Batu Loka, 9 Agustus 2019  
Universitas Bangka Belitung  
Fakultas Ekonomi  
Jurusan Manajemen

Dekan

Dr. Rendi, S.E., M.Si.  
NIP. 507206007

Ketua Jurusan Manajemen

Dr. Rendi, S.E., M.Si.

### PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi yang berjudul "Membangun Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan yang di Pengaruhi oleh Kualitas Produk, Persaingan Harga, dan Ciri Merek (Studi Pada Mahasiswa Pengguna Smartphone Merek Samsung di FPPB Universitas Bangka Belitung) ini, tidak terdapat karya sebelumnya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi dan sepanjang sepengetahuan saya, juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain. Kecuali yang secara tertulis diacu dengan telakah ini dan disebutkan dalam referensi dan apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, maka saya sanggup menerima hukuman atau sanksi sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Bahaujak, Agustus 2019

Penulis

  
ELLY

## **MOTTO DAN PERSEMBAHAN**

### **MOTTO**

*Orang yang takut kepada Allah atau bertaqwa kepadaNya maka sesungguhnya Allah pasti akan membimbingmu dalam menjalani kehidupan di dunia dengan benar. (Q.S Al-Baqarah: 282)*

### **PERSEMBAHAN**

1. ALLAH SWT yang telah mencurahkan rahmat dan karunianya kepada saya dan sekeluarga.
2. Kepada orang tuaku tercinta, ayah Udin, Ibu Elmi dan kakak Wati, Zaitun, terima kasih atas segala dukungan, semangat, motivasi, untuk keberhasilan penulis.
3. Semua dosen Fakultas Ekonomi yang telah memberikan dan mengajarkan ilmu pengetahuan serta etika yang baik kepada penulis selama menempuh pendidikan di Universitas Bangka Belitung.
4. Kepada semua teman-teman manajemen 1 angkatan 2015, serta teman-teman sesama fakultas ekonomi angkatan 2015.
5. Seluruh Mahasiswa Fakultas Pertanian, Perikanan, dan Biologi Universitas Bangka Belitung yang merupakan objek dalam penelitian skripsi ini.
6. Almamaterku tercinta, Universitas Bangka Belitung.

## **ABSTRACT**

***ELLY. 3021511024. Building Customer Loyalty Through Customer Satisfaction Affected by Product Quality, Price Perception, and Brand Image (Study of Students of Samsung Smartphone Users at FPPB, University of Bangka Belitung).***

*This study aims to determine the effect of product quality, price perception, and brand image on customer loyalty through customer satisfaction in FPPB student of the faculty of Agriculture, Fisheries and Biologi, University of Bangka Belitung. Independent variables are product quality, price perception, brand image, the dependent variable is customer loyalty, customer satisfaction as an intervening variable. The population of this study was FPPB students at the University of Bangka Belitung.*

*The sampling method use the accidental sampling method. The data used are primary data, obtained through questionnaires. Research uses descriptive and quantitative approaches. Research sample of 178 student. Using the analysis of Structural Equation Modeling at LISREL 8.80.*

*The results showed: product quality did not have a positive effect on customer satisfaction in accordance with the results of  $0,750 < 1,653$ ; product quality does not have a positive effect on customer loyalty in accordance with the results  $-1,371 < 1,653$ ; price perception does not have a positive effect on customer satisfaction according to the results of  $-0,800 < 1,653$ ; price perception does not have a positive effect on customer loyalty in accordance with the results of  $-0,640 < 1,653$ ; brand image does not have a positive effect on customer loyalty in accordance with the results  $-1,570 < 1,653$ ; customer satisfaction has a positive effect on customer loyalty in accordance with the results of  $2,590 < 1,653$ ; product quality, price perception, and brand image have a positive effect on customer loyalty through customer satisfaction.*

***Keywords: Product Quality, Price Perception, Brand Image, Customer Satisfaction, Customer Loyalty***

## ABSTRAK

**ELLY. 30121511024. Membangun Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan yang di Pengaruhi oleh Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Citra Merek (Studi Pada Mahasiswa Pengguna *Smartphone* Merek Samsung di FPPB Universitas Bangka Belitung).**

Penelitian ini bertujuan mengetahui pengaruh kualitas produk, persepsi harga, dan citra merek terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan pada mahasiswa FPPB Fakultas Pertanian Perikanan dan Biologi Universitas Bangka Belitung. Variabel independen yaitu kualitas produk, persepsi harga, citra merek, variabel dependen yaitu loyalitas pelanggan, kepuasan pelanggan sebagai variabel *intervening*. Populasi penelitian ini adalah mahasiswa FPPB Universitas Bangka Belitung.

Metode pengambilan sampel menggunakan metode *accidental sampling*. Data yang digunakan data primer, diperoleh melalui penyebaran kuesioner. Penelitian menggunakan pendekatan deskriptif dan kuantitatif. Sampel penelitian 178 mahasiswa. Menggunakan analisis *Structural Equation Modeling* pada LISREL 8.80.

Hasil penelitian menunjukkan: kualitas produk tidak berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan sesuai dengan hasil  $t_{hitung} 0,750 < t_{tabel} 1,653$ ; kualitas produk tidak berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan sesuai dengan hasil  $t_{hitung} -1,371 < t_{tabel} 1,653$ ; persepsi harga tidak berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan sesuai dengan hasil  $t_{hitung} -0,800 < t_{tabel} 1,653$ ; persepsi harga tidak berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan sesuai dengan hasil  $t_{hitung} -0,640 < t_{tabel} 1,653$ ; citra merek tidak berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan sesuai dengan hasil  $t_{hitung} -0,750 < t_{tabel} 1,653$ ; citra merek tidak berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan sesuai dengan hasil  $t_{hitung} -1,570 < t_{tabel} 1,653$ ; kepuasan pelanggan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan sesuai dengan hasil  $t_{hitung} 2,590 < t_{tabel} 1,653$ ; kualitas produk, persepsi harga, dan citra merek berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan

**Kata Kunci: Kualitas Produk, Persepsi Harga, Citra Merek, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan**

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan Rahmat dan Karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Membangun Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan yang di Pengaruhi oleh Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Citra Merek (Studi Pada Mahasiswa Pengguna *Smartphone* Merek Samsung di FPPB Universitas Bangka Belitung)”. Skripsi ini dibuat untuk memenuhi salah satu persyaratan mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi di Universitas Bangka Belitung.

Penyusunan skripsi ini banyak sekali kendala yang penulis hadapi, berkat arahan, bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak maka akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Oleh karena itu, dengan kerendahan dan ketulusan yang mendalam penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Ir. Muh. Yusuf, M.Si selaku Rektor Universitas Bangka Belitung
2. Ibu Dr. Reniati, S.E., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Bangka Belitung
3. Bapak Dr. Hamsani, S.E., M.Sc selaku Ketua Jurusan Program Studi Manajemen Universitas Bangka Belitung
4. Bapak H. Sumar, S.E., M.M selaku Dosen pembimbing Utama yang telah banyak meluangkan waktu membantu dalam mengarahkan, membimbing dan memberikan saran dan motivasi kepada penulis dalam penyusunan skripsi dari awal sampai akhir



5. Ibu Christianingrum S.Pd., M.M selaku Dosen pembimbing II yang telah banyak meluangkan waktu membantu dalam mengarahkan, membimbing dan memberikan saran dan motivasi kepada penulis dalam penyusunan skripsi dari awal sampai akhir
6. Sahabat-sahabatku seperjuangan (Erni, Hijrah, Nanda, Nizar, Nurul) dan rekan-rekan kelas MN1 serta mahasiswa Angkatan 2015
7. Keluarga KOMPAS UBB (Komunitas Mahasiswa Pencinta Alam – Sosial Universitas Bangka Belitung) yang selalu ada untuk penulisan dalam kondisi apapun khususnya Hadi Supriyanto, Agus, Risman, Randi Hartadi, Medi, Veggy, Desi, Okta Meza, Firstin, Jennikita, Rossa Riana dan lainnya yang tidak bisa disebutkan satu persatu
8. Seluruh teman-teman dekat (persamaan dan kebersamaan kita tak akan kulupakan) buat Novita Wulandari dan Khoirun yang selalu membantu di dalam penyusunan skripsi dan ucapan terima kasih atas perhatiannya selama ini terhadap penulis

Akhir kata penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dan penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua dan menjadi bahan masukan dalam dunia pendidikan.

Balunujuk, Juli 2019

Penulis

ELLY

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN.....</b>	<b>iv</b>
<b>MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>v iii</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xii</b>
<b>BAB I   PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1   Latar Belakang .....	1
1.2   Rumusan Masalah .....	12
1.3   Batasan Masalah .....	13
1.4   Tujuan Penelitian .....	14
1.5   Manfaat Penelitian .....	15
1.6   Sistematika Penulisan .....	16
<b>BAB II   LANDASAN TEORI .....</b>	<b>18</b>
2.1   Teori Manajemen .....	18
2.1.1   Pengertian Manajemen .....	18

2.1.2	Pengertian Pemasaran .....	19
2.1.3	Pengertian Manajemen Pemasaran .....	20
2.2	Loyalitas Konsumen .....	21
2.2.1	Pengertian Loyalitas Konsumen .....	21
2.2.2	Tahap-tahap Loyalitas .....	21
2.2.3	Indikator Loyalitas Pelanggan .....	24
2.2.4	Dimensi Loyalitas Pelanggan .....	24
2.3	Kepuasan Pelanggan .....	24
2.3.1	Pengertian Kepuasan Pelanggan .....	24
2.3.2	Faktor-faktor Penunjang Kepuasan Konsumen .....	26
2.3.3	Ciri-ciri Konsumen Yang Puas .....	29
2.4	Kualitas Produk .....	29
2.4.1	Pengertian Kualitas .....	29
2.4.2	Pengertian Produk .....	30
2.4.3	Pengertian Kualitas Produk .....	30
2.4.4	Indikator Kualitas Produk .....	31
2.4.5	Dimensi Kualitas Produk .....	32
2.4.6	Penentu-penentu Kualitas Produk .....	33
2.5	Persepsi Harga .....	33
2.5.1	Pengertian Persepsi .....	33
2.5.2	Pengertian Harga .....	34
2.5.3	Tujuan Penetapan Harga .....	35
2.5.4	Faktor-faktor Yang Mempengaruhi	

Penetapan Harga .....	37
2.5.5 Penentuan Harga .....	37
2.5.6 Strategi Penetapan Harga .....	38
2.6 Citra Merek .....	38
2.6.1 Pengertian Citra Merek .....	38
2.6.2 Manfaat Merek .....	39
2.6.3 Tahap Perkembangan Merek .....	41
2.7 Penelitian Terdahulu .....	43
2.8 Kerangka Pemikiran .....	47
2.8.1 Gambaran Kualitas Produk, Persepsi Harga, Citra Merek, Kepuasan Pelanggan, dan Loyalitas Pelanggan .....	49
2.8.2 Pengaruh Kualitas Produk dengan Kepuasan Pelanggan .....	51
2.8.3 Pengaruh Persepsi Harga dengan Kepuasan Pelanggan .....	52
2.8.4 Pengaruh Citra Merek dengan Kepuasan Pelanggan .....	52
2.8.5 Pengaruh Kepuasan Pelanggan dengan Loyalitas Pelanggan .....	52
2.8.6 Pengaruh Kualitas Produk dengan Loyalitas Pelanggan .....	52

2.8.7	Pengaruh Persepsi Harga dengan Loyalitas Pelanggan .....	53
2.8.8	Pengaruh Citra Merek dengan Loyalitas Pelanggan .....	53
2.8.9	Hubungan Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan melalui Loyalitas Pelanggan .....	54
2.9	Hipotesis .....	54
<b>BAB III</b>	<b>METODE PENELITIAN .....</b>	<b>56</b>
3.1	Pendekatan Penelitian .....	56
3.2	Tempat dan Waktu Penelitian .....	57
3.3	Populasi dan Sampel Penelitian .....	58
3.3.1	Populasi Penelitian .....	58
3.3.2	Sampel Penelitian .....	58
3.4	Teknik Pengumpulan Data .....	59
3.4.1	Jenis Data .....	59
3.4.2	Metode Pengumpulan Data .....	60
3.5	Skala Pengukuran .....	60
3.6	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel .....	61
3.6.1	Variabel Penelitian .....	61
3.7	Teknik Analisis Data .....	61
3.7.1	Analisis Statistik Deskriptif .....	61
3.7.2	Uji Kualitas Data .....	67

3.7.2.1	Uji Validitas .....	67
3.7.2.2	Uji Reliabilitas .....	68
3.7.2.3	Uji Normalitas .....	69
3.7.3	Analisis Jalur ( <i>Path Analisis</i> ) .....	70
3.7.3.1	Model Persamaan Struktural .....	72
3.7.3.2	Uji Kesesuaian Model ( <i>Godness Off Fit</i> ) .....	75
<b>BAB IV</b>	<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>80</b>
4.1	Deskriptif Objek Penelitian .....	80
4.1.1	<i>Smartphone</i> Samsung .....	80
4.1.2	Profil Singkat <i>Smartphone</i> Samsung.....	80
4.1.3	Visi dan Misi <i>Smartphone</i> Samsung .....	81
4.1.4	Gambaran Umum Responden .....	82
4.2	Hasil Deskriptif .....	85
4.2.1	Analisis Deskriptif Variabel Kualitas Produk.....	85
4.2.2	Rekapitulasi Deskriptif.....	93
4.3	Analisis Data .....	95
4.3.1	Uji Validitas .....	95
4.3.2	Uji Reliabilitas.....	96
4.3.3	Uji Normalitas .....	97
4.4	Pengujian Hipotesis .....	98
4.4.1	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan .....	98

4.4.2	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan .....	100
4.4.3	Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan .....	102
4.4.4	Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan .....	104
4.4.5	Pengaruh Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan .....	105
4.4.6	Pengaruh Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan .....	107
4.4.7	Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan .....	109
4.4.8	Hubungan Kualitas Produk, Persepsi Harga, Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan .....	111
4.5	Hasil Dan Pembahasan .....	112
4.5.1	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan .....	113
4.5.2	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan .....	115
4.5.3	Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan .....	116

4.5.4	Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	118
4.5.5	Pengaruh Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan ....	119
4.5.6	Pengaruh Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan .....	121
4.5.7	Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan .....	122
4.5.8	Hubungan Kualitas Produk, Persepsi Harga, Citra Merek Terhadap Loyalitas PelangganYang Dipengaruhi Oleh Kepuasan Pelanggan .....	124
<b>BAB V</b>	<b>PENUTUP.....</b>	<b>126</b>
5.1	Kesimpulan .....	126
5.2	Keterbatasan Penelitian .....	128
5.3	Saran .....	128
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	<b>.....</b>	<b>130</b>
<b>LAMPIRAN</b>		



## DAFTAR TABEL

Tabel I.1	Hasil survei awal terhadap 4 merek <i>smartphone</i> pada mahasiswa pengguna <i>smartphone</i> di FPPB Universitas Bangka Belitung Tahun 2019 .....	4
Tabel I.2	Hasil survei awal terhadap 40 orang mahasiswa FPPB pengguna <i>smartphone</i> Samsung di Universitas Bangka Belitung tahun 2019 .....	5
Tabel II.1	Penelitian Terdahulu .....	44
Tabel III.1	Skala penilaian jawaban kuesioner .....	61
Tabel III.2	Operasional Variabel .....	65
Tabel III.3	Kriteria <i>Godness Of Fit</i> .....	75
Tabel IV.1	Hasil Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin .....	82
Tabel IV.2	Hasil Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	75
Tabel IV.3	Hasil Karakteristik Responden Berdasarkan .....	75
Tabel IV.4	Hasil Responden Berdasarkan Intensitas Pembelian .....	75
Tabel IV.5	Hasil Olah Data Item 1 Kualitas Produk .....	85
Tabel IV.6	Hasil Olah Data Item 2 Kualitas Produk .....	85
Tabel IV.7	Hasil Olah Data Item 3 Kualitas Produk .....	86

Tabel IV.8	Hasil Olah Data Item 4 Kualitas Produk .....	86
Tabel IV.9	Hasil Olah Data Item 1 Persepsi Harga .....	87
Tabel IV.10	Hasil Olah Data Item 2 Persepsi Harga .....	87
Tabel IV.11	Hasil Olah Data Item 3 Persepsi Harga .....	87
Tabel IV.12	Hasil Olah Data Item 1 Citra Merek.....	88
Tabel IV.13	Hasil Olah Data Item 2 Citra Merek.....	88
Tabel IV.14	Hasil Olah Data Item 3 Citra Merek.....	89
Tabel IV.15	Hasil Olah Data Item 1 Kepuasan Pelanggan.....	89
Tabel IV.16	Hasil Olah Data Item 2 Kepuasan Pelanggan.....	89
Tabel IV.17	Hasil Olah Data Item 3 Kepuasan Pelanggan.....	90
Tabel IV.18	Hasil Olah Data Item 4 Kepuasan Pelanggan.....	90
Tabel IV.19	Hasil Olah Data Item 5 Kepuasan Pelanggan.....	91
Tabel IV.20	Hasil Olah Data Item 1 Loyalitas Pelanggan.....	91
Tabel IV.21	Hasil Olah Data Item 2 Loyalitas Pelanggan.....	91
Tabel IV.22	Hasil Olah Data Item 3 Loyalitas Pelanggan.....	92
Tabel IV.23	Hasil Olah Data Item 4 Loyalitas Pelanggan.....	92
Tabel IV.24	Hasil Olah Data Item 5 Loyalitas Pelanggan.....	93
Tabel IV.25	Hasil Olah Data Item 6 Loyalitas Pelanggan.....	93
Tabel IV.26	Rekapitulasi Nilai Rata-Rata .....	94
Tabel IV.27	Hasil Uji Validitas .....	96
Tabel IV.28	Hasil Uji Reliabilitas .....	97
Tabel IV.29	Hasil Uji Normalitas Univariat .....	98
Tabel IV.30	Hasil Uji Normalitas Multivariat .....	98

Tabel IV.31	Koefisien Jalur Dan Uji Model Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan .....	99
Tabel IV.32	Hasil Pengujian Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan ... ..	100
Tabel IV.33	Koefisien Jalur Dan Uji Model Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan .....	101
Tabel IV.34	Hasil Pengujian Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan .....	101
Tabel IV.35	Koefisien Jalur Dan Uji Model Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan .....	103
Tabel IV.36	Hasil Pengujian Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan ... ..	103
Tabel IV.37	Koefisien Jalur Dan Uji Model Persepsi Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan .....	104
Tabel IV.38	Hasil Pengujian Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan .....	105
Tabel IV.39	Koefisien Jalur Dan Uji Model Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan .....	106
Tabel IV.40	Hasil Pengujian Pengaruh Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan ... ..	107
Tabel IV.41	Koefisien Jalur Dan Uji Model Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan .....	108
Tabel IV.42	Hasil Pengujian Pengaruh Citra Merek Terhadap	

	Loyalitas Pelanggan .....	108
Tabel IV.43	Koefisien Jalur Dan Uji Model Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan .....	110
Tabel IV.44	Hasil Pengujian Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan ... ..	110
Tabel IV.45	Pengaruh Langsung Dan Tidak Langsung .....	112



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Diagram Pangsa Pasar Smartphone di Indonesia.....	2
Gambar 1.2	Diagram Penjualan <i>Smartphone</i> di Indonesia .....	3
Gambar II.1	Kerangka pemikiran .....	48
Gambar IV.1	Gambar Jalur Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	99
Gambar IV.2	Gambar Jalur Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	100
Gambar IV.3	Gambar Jalur Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	102
Gambar IV.4	Gambar Jalur Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	104
Gambar IV.5	Gambar Jalur Pengaruh Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	105
Gambar IV.6	Gambar Jalur Pengaruh Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	107
Gambar IV.7	Gambar Jalur Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	109
Gambar IV.8	Gambar Jalur Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan .....	111

## **DAFTAR LAMPIRAN**

- Lampiran 1 Tabulasi Data
- Lampiran 2 Hasil Deskriptif Statistik
- Lampiran 3 Hasil Uji Validitas
- Lampiran 4 Hasil Uji Reliabel
- Lampiran 5 Hasil Uji Normalitas
- Lampiran 6 Hasil Uji Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan
- Lampiran 7 Hasil Uji Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan
- Lampiran 8 Hasil Uji Pengaruh Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan
- Lampiran 9 Hasil Uji Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan
- Lampiran 10 Hasil Uji Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan
- Lampiran 11 Hasil Uji Pengaruh Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan
- Lampiran 12 Hasil Uji Pengaruh kepuasan pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan
- Lampiran 13 Hasil Uji Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Melalui Loyalitas Pelanggan
- Lampiran 14 Daftar Riwayat Hidup
- Lampiran 15 TOEFL
- Lampiran 16 Surat UPT
- Lampiran 17 Kartu Seminar
- Lampiran 18 Kartu Bimbingan
- Lampiran 19 Surat Izin Penyebaran Kuesioner Dekan FPPB
- Lampiran 20 Dokumentasi
- Lampiran 21 Hasil Plagiasi