

PENGARUH CITRA MEREK DAN FITUR SMARTPHONE HUAWEI TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DI JAKARTA UTARA



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 Gie



INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA

MEI 2023

Oleh:

Nama : Darmahltini

NIM : 76190073

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat

untuk memperoleh gelar Sarjana Administrasi Bisnis

Program Studi Administrasi Bisnis

Konsentrasi Bisnis Internasional



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan penjelajahan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan,
 - 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.

©

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

**PENGARUH CITRA MEREK DAN FITUR SMARTPHONE HUAWEI
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DI JAKARTA UTARA.**

PENGESAHAN

Diajukan Oleh:

Nama: Darmahitini

NIM: 76190073

Jakarta, 3 Mei 2023

Disetujui Oleh:

Pembimbing

(Morryessa Brandinie, S.E., M.M.)

**INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE
JAKARTA 2023**



ABSTRAK

1. Darmahltini / 76190073 / 2023 / Pengaruh Citra Merek dan Fitur Smartphone Huawei terhadap Loyalitas Pelanggan di Jakarta Utara / Pembimbing: Morryessa Brandinie, S.E., M.M.

Seiring berjalannya waktu, pemakaian *smartphone* di Indonesia terus bertambah serta menjadi salah satu kebutuhan yang akan menunjang kegiatan masyarakat sehari-hari. Pertumbuhan teknologi telekomunikasi di Indonesia disaat ini menghadapi kemajuan yang cukup pesat. *Smartphone* atau telepon cerdas merupakan telepon genggam yang memiliki sistem operasi untuk masyarakat luas, fungsinya tidak hanya sebagai alat komunikasi saja tetapi pengguna dengan bebas juga dapat menambahkan berbagai macam aplikasi, menambah fungsi atau mengubah sesuai keinginan pengguna. Huawei merupakan produk telekomunikasi yang berasal dari China, yang berdiri pada 1987 di Shenzhen, Guangdong, Tiongkok dan pendirinya adalah Ren Zhengfei, yang merupakan mantan perwira militer China. Pada awalnya Huawei hanya berfokus memproduksi *switch* telepon yang kemudian Huawei berekspansi dengan memproduksi jaringan telekomunikasi, dan perangkat komunikasi untuk pasar ritel.

Landasan teori, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, dan hipotesis. Memuat teori menurut ahli, konsep dan penelitian terdahulu, terdapat juga pemikiran dan pemahaman yang bisa dijadikan pedoman dari semua pemikiran. Hipotesis merupakan anggapan sementara yang diperlukan bukti dalam penelitian.

Obyek dalam penelitian ini adalah *smartphone* Huawei di Jakarta Utara. Sampel penelitian ini adalah Seluruh pengguna *smartphone* Huawei di Jakarta Utara. Metode pengumpulan data pada penelitian ini adalah metode komunikasi dengan cara mengumpulkan kuesioner elektronik melalui media *Google Forms* dengan jumlah responden sebanyak 100 responden. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan program SPSS (*Statistical Package for Social Science*) versi 27.

Penelitian ini dilakukan untuk menunjukkan hasil analisis pengaruh variabel bebas yaitu citra merek dan fitur terhadap variabel terikat ialah loyalitas pelanggan.

Kesimpulan dari penelitian ini adalah citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, fitur berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan *smartphone* Huawei di Jakarta Utara.

Kata Kunci: Citra Merek, Fitur, Loyalitas Pelanggan

1. Dilarang memperdagangkan karya tulisan maupun menyalin dan menyebarkan tanpa izin IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun.

Untuk:
penulis
penyusunan
laporan,

ABSTRACT

©

Hanacpta
Kwik Kian Gie
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Darmahtini / 76190073 / 2023 / *The Effect of Brand Image and Huawei Smartphone Features on Customer Loyalty in North Jakarta / Advisor: Morryessa Brandinie, S.E., M.M.*

Over time, the use of smartphones in Indonesia continues to grow and become one of the needs that will support people's daily activities. The growth of telecommunication technology in Indonesia is currently facing quite rapid progress. A smartphone or smart phone is a mobile phone that has an operating system for the wider community, its function is not only as a means of communication but users are also free to add various kinds of applications, add functions or make changes according to the wishes of the user. Huawei is a telecommunications product originating from China, which was founded in 1987 in Shenzhen, Guangdong, China and its founder is Ren Zhengfei, who is a former Chinese military officer. At first, Huawei only focused on producing telephone switches, which Huawei later expanded to produce telecommunication networks and communication devices for the retail market.

Theoretical basis, prior research, framework, and hypotheses. It contains theories according to experts, concepts and previous research, there are also thoughts and understandings that can be used as guidelines for all thoughts. The hypothesis is a temporary assumption that requires evidence in research.

The object of this research is a Huawei smartphone in North Jakarta. The sample of this research is all Huawei smartphone users in North Jakarta. The data collection method in this study is a communication method by collecting electronic questionnaires through Google Forms media with a total of 100 respondents. The data analysis technique used in this study was SPSS (Statistical Package for Social Science) version 27.

This research was conducted to show the results of the analysis of the influence of the independent variables, namely brand image and features on the dependent variable, namely customer loyalty.

The conclusion of this study is that brand image has a positive and significant effect on customer loyalty, features have a positive and significant effect on customer loyalty for Huawei smartphones in North Jakarta.

Keywords: Brand Image, Features, Customer Loyalty

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

KATA PENGANTAR

©

Puji dan syukur peneliti panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas kasih dan karuniaNya sehingga peneliti dapat menyelesaikan karya akhir dengan judul “Pengaruh Citra Merek dan Fitur Smartphone Huawei terhadap Loyalitas Pelanggan di Jakarta Utara” dengan baik dan tepat pada waktunya. Karya akhir ini ditulis sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Administrasi Bisnis di Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie.

Peneliti menyadari tanpa bantuan, doa, dan bimbingan dari semua pihak akan sangat sulit untuk menyelesaikan karya akhir ini. Oleh dari itu, peneliti ingin mengucapkan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu Morryessa Brandinie, S.E., M.M., selaku dosen pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk memberikan bimbingan dan masukan kepada peneliti selama penyusunan skripsi ini.
2. Seluruh dosen pengajar Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie yang telah memberikan banyak pengetahuan baru.
3. Orang tua yang senantiasa mendoakan dan memberi dukungan dengan tulus serta kakak peneliti yakni Martini dan Nagasawa yang telah menjadi teman penyemangat sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
4. Teman-teman peneliti dalam Grup 好久不见 yakni Sabrina Rebecca, Laurencia Audrey Tjan, Nola Fang, Jeany Budiono yang telah memberikan motivasi dan semangat
5. Teman-teman peneliti dalam Grup GH Pie yang telah memberikan semangat dan bantuan, yakni Nathasya Saputra, Sharon Deborah Elim, Selvia, Grahamitha, M. Alhidayah, dan Yongki.



6. Idola peneliti 王一博 (Wang yi bo) dan 肖战 (Xiao Zhan) yang telah memberi semangat dengan lagu-lagu.
7. Seluruh responden yang telah bersedia membantu dan meluangkan waktu dalam pengisian kuesioner.

**不负相传, 不负盛世, 无愧自我, 无愧时代, 祝各位一路顺风, 顶峰相见(Bù fù
xiāngchuán, bù fù shèngshì, wúkuì zìwǒ, wúkuì shídài, zhù gèwèi yīlù shùn fēng,
dǐngfēng xiāng jiàn)**

*Live up to the legend, live up to the prosperous age, be worthy of yourself, and be
worthy of the times. I wish you all the best and see you at the top.*

Peneliti sadar bahwa penyusunan karya akhir ini masih terdapat banyak kekurangan dan masih belum sempurna baik dalam kata-kata dan kalimat yang digunakan. Maka dari itu, peneliti memohon maaf apabila ada kesalahan dalam penulisan dan peneliti sangat menghargai kritik dan saran yang membangun untuk menyempurnakan karya akhir ini. Akhirnya, peneliti berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak atas perhatiannya, peneliti mengucapkan terima kasih.

Jakarta, Maret 2023

Darmahtini

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa merantaukan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karyaelimia, penyusunan laporan,
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBKKG.

(C)

sebak Cekota mlik IBKKG

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

8.

dan

peneliti memohon

maaf

apabila

ada

kesalahan

dalam

penulisan

dan

peneliti

sangat

menghargai

kritik

dan

saran

yang

membangun

untuk

menyempurnakan

karya

akhir

ini.

Akhirnya,

peneliti

berharap

skripsi

ini

dapat

bermanfaat

bagi

semua

pihak

atas

perhatiannya,

peneliti

mengucapkan

terima

kasih.

dan

peneliti

akan

memperbaiki

masalah

ini.

terimakasih

dan

maaf

apabila

ada

kesalahan

dalam

penulisan

dan

peneliti

sangat

menghargai

kritik

dan

saran

yang

membangun

untuk

menyempurnakan

karya

akhir

ini.

Akhirnya,

peneliti

berharap

skripsi

ini

dapat

bermanfaat

bagi

semua

pihak

atas

perhatiannya,

peneliti

mengucapkan

terima

kasih.

dan

peneliti

akan

memperbaiki

masalah

ini.

terimakasih

dan

maaf

apabila

ada

kesalahan

dalam

penulisan

dan

peneliti

sangat

menghargai

kritik

dan

saran

yang

membangun

untuk

menyempurnakan

karya

akhir

ini.

Akhirnya,

peneliti

berharap

skripsi

ini

dapat

bermanfaat

bagi

semua

pihak

atas

perhatiannya,

peneliti

mengucapkan

terima

kasih.

dan

peneliti

akan

memperbaiki

masalah

ini.

terimakasih

dan

maaf

apabila

ada

kesalahan

dalam

penulisan

dan

peneliti

sangat

menghargai

kritik

dan

saran

yang

membangun

untuk

menyempurnakan

karya

akhir

ini.

Akhirnya,

peneliti

berharap

skripsi

ini

dapat

bermanfaat

bagi

semua

pihak

atas

perhatiannya,

peneliti

mengucapkan

terima

kasih.

dan

peneliti

akan

memperbaiki

masalah

ini.

terimakasih

dan

maaf

apabila

ada

kesalahan

dalam

penulisan

dan

peneliti

sangat

menghargai

kritik

dan

saran

yang

membangun

untuk

menyempurnakan

karya

akhir

ini.

Akhirnya,

peneliti

berharap

skripsi

ini

dapat

bermanfaat

bagi

semua

pihak

atas

perhatiannya,

peneliti

mengucapkan

terima

kasih.

dan

peneliti

akan

memperbaiki

masalah

ini.

terimakasih

dan

maaf

apabila

ada

kesalahan

dalam

penulisan

dan

peneliti

sangat

menghargai

kritik

dan

saran

yang

membangun

untuk

menyempurnakan

karya

akhir

ini.

Akhirnya,

peneliti

berharap

skripsi

ini

dapat

bermanfaat

bagi

semua

pihak

atas

perhatiannya,

peneliti

mengucapkan

terima

kasih.

dan

peneliti

akan

memperbaiki

masalah

ini.

terimakasih

dan

maaf

apabila

ada

kesalahan

dalam

penulisan

dan

peneliti

sangat

menghargai

kritik

DAFTAR ISI

PENGESAHAN	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
ABSTRAK.....	3
ABSTRACT.....	4
KATA PENGANTAR	5
DAFTAR ISI.....	7
DAFTAR TABEL.....	10
DAFTAR GAMBAR	11
DAFTAR LAMPIRAN.....	12
BAB I PENDAHULUAN	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
1. Diharapkan agar seluruh Undang-Undang 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.	
Latar Belakang Masalah	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
Identifikasi Masalah	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
Batasan Masalah	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
Batasan Penelitian.....	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
Rumusan Masalah.....	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
Tujuan Penelitian.....	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
Manfaat Penelitian.....	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
BAB II KAJIAN PUSTAKA	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
2.1 Landasan Teori	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
2.1.1 Merek	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
2.1.2 Citra Merek.....	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
2.1.3 Fitur	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
2.1.4 Loyalitas	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
2.2 Penelitian terdahulu	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
2.3 Kerangka Pemikiran	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
2.3.1 Hubungan citra merek dengan loyalitas pelanggan.....	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
2.3.2 Hubungan fitur dengan loyalitas pelanggan	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
2.4 Hipotesis	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
BAB III METODE PENELITIAN	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
3.1 Objek Penelitian	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
3.2 Disain Penelitian.....	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.



- C**© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
- 3.2.1 Tingkat Perumusan Masalah **Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.**
- 3.2.2 Metode Pengumpulan Data **Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.**
- 3.2.3 Kontrol peneliti terhadap Variabel **Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.**
- 3.2.4 Tujuan Studi **Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.**
- 3.2.5 Dimensi waktu **Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.**
- 3.2.6 Ruang Lingkup Topik Bahasan **Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.**
- 3.2.7 Lingkungan Penelitian **Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.**
- 3.2.8 Kesadaran Presepsi Partisipan **Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.**
- 3.2.9 Populasi dan Sampel **Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.**
- 3.2.10 Lokasi Penelitian **Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.**
- 3.2.11 Variabel Penelitian **Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.**
- 3.2.12 Citra merek **Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.**
- 3.2.13 Fitur **Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.**
- 3.2.14 Loyalitas pelanggan **Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.**
- 3.2.15 Teknik Pengumpulan Data **Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.**
- 3.2.16 Pengelolahan Data dan Analisis Data **Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.**
- 3.5.1.1 Uji Validitas **Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.**
- 3.5.1.2 Uji Reliabilitas **Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.**
- 3.5.1.3 Analisis Deskriptif **Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.**
- 3.5.1.4 Asumsi Klasik **Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.**
- 3.5.1.5 Uji Model **Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.**

BAB IV HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN **Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.**

- 4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian **Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.**
- 4.1.1 Profil Perusahaan **Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.**
- 4.1.2 Logo Perusahaan **Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.**
- 4.1.3 Produk perusahaan **Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.**
- 4.2 Analisis Deskriptif **Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.**
- 4.2.1 Uji Validitas dan Reliabilitas **Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.**
- 4.2.2 Analisis Deskriptif **Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.**
- 4.2.3 Analisis Regresi Ganda **Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.**
- 4.3 Hasil Penelitian **Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.**
- 4.4 Pembahasan **Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.**
- 4.4.1 Analisis Deskriptif Variabel Citra Merek **Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dana penyelenggaraan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan,
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.



4.4.2	Analisis Deskriptif Variabel Fitur . Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
4.4.3	Analisis Deskriptif Variabel Loyalitas Pelanggan Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
4.4.4	Pengaruh Citra Merek terhadap Loyalitas Pelanggan smartphones Huawei di Jakarta Utara Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
4.4.5	Pengaruh Fitur terhadap Loyalitas Pelanggan smartphone Huawei di Jakarta Utara Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
Simpulan	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
Saran	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
Bagi Perusahaan	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
Bagi Peneliti Selanjutnya	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
DAFTAR PUSTAKA	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
LAMPIRAN	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
KARTU PROSES BIMBINGAN SKRIPSI	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
SURAT PERNYATAAN	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.

1. Dilarang menguji 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.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

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

DAFTAR TABEL

2. 1 Penelitian Terdahulu	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
3. 1 Pengukuran Variabel Citra Merek	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
3. 2 Pengukuran Variabel Fitur	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
3. 3 Pengukuran Variabel Loyalitas Pelanggan	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
3. 4 Skala Likert.....	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
4. 1 Produk Huawei.....	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
4. 2 Uji Validitas dan Reliabilitas	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
4. 3 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Citra Merek	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
4. 4 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Fitur	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
4. 5 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Fitur	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
4. 6 Uji Asumsi Klasik.....	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
4. 7 Uji F	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
4. 8 Uji Hipotesis Penelitian	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.



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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh tulisan 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 GAMBAR

Gambar 1.1 Jumlah pengguna Smartphone di Indonesia 2017-2022 **Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.**

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran **Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.**

Gambar 4.1 Logo Huawei **Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.**

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

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun
Lampiran 1 Pernyataan Kuesioner.....Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
Lampiran 2 Data Pra-Kuesioner Variabel Citra Merek.....Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
Lampiran 3 Data Pra-Kuesioner Variabel Fitur.....Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
Lampiran 4 Data Pra-Kuesioner Variabel Loyalitas Pelanggan Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
Lampiran 5 Hasil Uji Validitas Citra MerekKesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
Lampiran 6 Hasil Uji Validitas FiturKesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
Lampiran 7 Hasil Uji Validitas Loyalitas Pelanggan...Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
Lampiran 8 Hasil Uji Reliabilitas Citra MerekKesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
Lampiran 9 Hasil Uji Reliabilitas FiturKesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
Lampiran 10 Hasil Uji Reliabilitas Loyalitas PelangganKesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
Lampiran 11 Analisis Data Responden.....Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
Lampiran 12 Analisis Deskriptif Citra MerekKesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
Lampiran 13 Analisis Deskriptif FiturKesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
Lampiran 14 Analisis Deskriptif Loyalitas Pelanggan.Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
Lampiran 15 Uji NormalitasKesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
Lampiran 16 Uji HeteroskedastisitasKesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
Lampiran 17 Uji MultikolinieritasKesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
Lampiran 18 Uji Kesesuaian ModelKesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
Lampiran 19 Uji Koefisien RegresiKesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

DAFTAR LAMPIRAN

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

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.



KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS