

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Oleh:

Nama : Darmahitni

NIM : 76190073

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat
untuk memperoleh gelar Sarjana Administrasi Bisnis

Program Studi Administrasi Bisnis
Konsentrasi Bisnis Internasional



INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA

MEI 2023



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



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.

PENGESAHAN

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

Diajukan Oleh:

Nama: Darmahtini

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

Darmahitini / 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-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.

Objek 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 kuisioner 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





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.

8. 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 shùnfēng, 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



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.
1.1 Latar Belakang Masalah	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
1.2 Identifikasi Masalah	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
1.3 Batasan Masalah	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
1.4 Batasan Penelitian	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
1.5 Rumusan Masalah	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
1.6 Tujuan Penelitian	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
1.7 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.



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.
3.5.1	Citra merek	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
3.5.2	Fitur	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
3.5.3	Loyalitas pelanggan.....	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
3.6	Teknik Pengumpulan Data	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
3.7	Pengelolaan Data dan Analisis Data	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
3.7.1	Uji Validitas.....	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
3.7.2	Uji Reliabilitas.....	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
3.7.3	Analisis Deskriptif.....	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
3.7.4	Asumsi Klasik.....	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
3.7.5	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.

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.
 - 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.



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.
5.1	Simpulan	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
5.2	Saran	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
5.2.1	Bagi Perusahaan	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
5.2.2	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 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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



DAFTAR TABEL

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya atau sebagian atau seluruh isi dalam karya ini tanpa menyebutkan sumber, dan menyebutkan nama penulisnya.
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, 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 Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruhnya atau melakukan tindakan lainnya yang melanggar hak cipta penulis 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 LAMPIRAN

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 Merek	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
Lampiran 6	Hasil Uji Validitas Fitur	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
Lampiran 7	Hasil Uji Validitas Loyalitas Pelanggan...	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
Lampiran 8	Hasil Uji Reliabilitas Citra Merek	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
Lampiran 9	Hasil Uji Reliabilitas Fitur	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
Lampiran 10	Hasil Uji Reliabilitas Loyalitas Pelanggan.....	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
Lampiran 11	Analisis Data Responden.....	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
Lampiran 12	Analisis Deskriptif Citra Merek	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
Lampiran 13	Analisis Deskriptif Fitur	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
Lampiran 14	Analisis Deskriptif Loyalitas Pelanggan.....	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
Lampiran 15	Uji Normalitas	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
Lampiran 16	Uji Heteroskedastisitas	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
Lampiran 17	Uji Multikolinieritas	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
Lampiran 18	Uji Kesesuaian Model	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
Lampiran 19	Uji Koefisien Regresi	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruhnya tanpa izin tertulis dari penerbit, kecuali dalam hal yang diperlukan untuk keperluan penelitian akademik atau ilmiah.
2. Dilarang mengutip 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

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.