

SKRIPSI

**PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN *BRAND AWARENESS* TERHADAP
LOYALITAS PELANGGAN PRODUK HANDPHONE MEREK APPLE
(Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas
Muslim Indonesia)**



OLEH :

RAHMATUL HIDAYAT

NIM.02220200286

Jurusan Manajemen / Prodi Manajemen Pemasaran

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUSLIM INDONESIA
2024**

**PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN *BRAND AWARENESS*
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PRODUK
HANDPHONE MEREK APPLE
(Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muslim Indonesia)**



**OLEH :
RAHMATUL HIDAYAT
NIM.02220200286**

**SKRIPSI SEBAGAI SALAH SATU SYARAT UNTUK MEMPEROLEH
GELAR SARJANA PADA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUSLIM INDONEISA**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUSLIM INDONESIA
2024**

HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING

Judul : PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN
BRAND AWARENESS TERHADAP
LOYALITAS PELANGGAN PRODUK
HANDPHONE MEREK APPLE

Nama Mahasiswa : RAHMATUL HIDAYAT

Stambuk : 02220200286

Fakultas : EKONOMI DAN BISNIS

Jurusan/Prodi : MANAJEMEN

Konsentrasi : MANAJEMEN PEMASARAN

Dasar Penetapan Pembimbing : 2079/H.20/FEB/UMI/IV/2023

Disahkan Oleh :


Hasanudin Damis, S.E., M.M., Ph.D
Pembimbing I


Hi. Sahari, S.E., M.M
Pembimbing II

Mengetahui :

Dekan

Ketua Prodi/Jurusan


Dr. Mohammad Saifur Rofi' A Basalamah, SE., M.M


Moh. Zulkifli Murfat, S.Kom., S.E., M.M

HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI

Judul	: PENGARUH <i>BRAND IMAGE</i> DAN <i>BRAND AWARENESS</i> TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PRODUK HANDPHONE MEREK APPLE
Nama Mahasiswa	: RAHMATUL HIDAYAT
Stambuk	: 02220200286
Fakultas	: EKONOMI DAN BISNIS
Jurusan/Prodi	: MANAJEMEN
Konsentrasi	: MANAJEMEN PEMASARAN
Dasar Penetapan Penguji	: 0667/K.15/FEB/UMI/II/2024

Disahkan Oleh :

Komisi Penguji :

Hasanudin Damis, S.E., M.M., Ph.D

(Ketua)

Hj. Sahari, S.E., M.M

(Anggota)

Dr. Amir Mahmud, S.E., M.Si.

(Anggota)

Dr. Hastuti Mulang, SE., M.Pd., M.M

(Anggota)



Mengetahui :

Dekan



Dr. Muhammad Syafri A Basalamah, SE., M.M

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Rahmatul Hidayat

NIM : 02220200286

Jurusan/Prodi : Manajemen

Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Dengan ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa skripsi yang berjudul :

“PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN *BRAND AWARENESS* TERHADAP
LOYALITAS PELANGGAN PRODUK HANDPHONE MEREK APPLE”

Adalah karya ilmiah saya sendiri dan sepanjang pengetahuan saya didalam naskah skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik disuatu perguruan tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar Pustaka. Apabila dikemudian hari ternyata di dalam naskah ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur jiplakan, saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut dan diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Makassar,.....

Rahmatul Hidayat

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh...

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT karena hanya dengan limpahan rahmat, taufik dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Dan tak lupa penulis kirimkan salam dan shalawat kepada Nabi Muhammad SAW, keluarga beliau, sahabat-sahabat-Nya dan seluruh kaum muslimin yang masih beriman kepada-Nya yang telah berjuang membawa cahaya ilmu sampai keseluruhan dunia.

Tugas akhir ini berjudul **“Pengaruh *Brand Image* Dan *Brand Awareness* Terhadap Loyalitas Pelanggan Produk Handphone Merek Apple”** yang merupakan salah satu syarat untuk menyelesaikan studi dan memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muslim Indonesia.

Pada kesempatan ini tidak henti-hentinya penulis mengucapkan banyak terima kasih yang tulus kepada kedua orang tua penulis. Ayahanda tercinta H. Syahrir dan Ibunda tercinta Hj. Rahmawati atas kasih sayang yang mereka curahkan tidak pernah putus, yang dengan sabar dan penuh kasih sayang membesarkan dan mendidik penulis tanpa pamrih, yang senantiasa mendoakan penulis. Terima kasih tiada tara atas kasih sayang atas perhatiannya selama ini kepada penulis.

Dalam penyusunan ini. peneliti mendapatkan banyak sekali bantuan dari berbagai pihak, baik dari segi materi maupun moril. Oleh karena itu, perkenankanlah penulis untuk mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah memberikan bimbingan dan dukungannya. Terima kasih penulis sampaikan kepada :

1. Ibu Prof. D. Hj. Masrurah Mokhtar, M.A, selaku Ketua Pengurus Yayasan Wakaf Universitas Muslim Indonesia
2. Bapak Prof. Dr. H. Sufirman Rahman, SH., MH. Selaku Rektor Universitas Muslim Indonesia.

3. Bapak Dr. Muhammad Syafi'i A Basalamah, SE., MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muslim Indonesia.
4. Bapak Moh. Zulkifli Murfat, S.Kom.,SE.,MM selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muslim Indonesia
5. Kepada Bapak Hasanuddin Damis, S.E.,M.M.,Ph.D selaku pembimbing I dan Hj. Sahari, S.E., M.M selaku pembimbing II yang telah membimbing penulis dengan memberikan saran, kritik, bantuan dan arahan, selama menyusun dan menyelesaikan skripsi ini. Terima kasih atas waktu dan pelajaran yang telah diberikan kepada penulis.
6. Bapak Dr. Amir Mahmud, S.E.,M.Si., dan Dr. Hastuti Mulang, SE.,M.Pd.,M.M selaku dosen penguji yang telah memberikan saran, masukan dan koreksi mulai dari awal hingga selesainya skripsi ini.
7. Seluruh Dosen dan Staff Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muslim Indonesia yang telah membantu peneliti selama masih di bangku kuliah hingga selesainya skripsi ini.
8. Kepada saudara-saudara penulis, H. Nurwan, Baharuddin, H. Burhanuddin, Avic, Lukman, Andie, Wahyu, Terima kasih atas dukungan moral dan finansial serta telah menjadi motivasi untuk terus bersemangat dan berjuang tanpa henti.
9. Terimakasih kepada “Komunitas Meja Kotak”, Farel (*Lone wolf*), Fiqhi (*Tribal Chief*), Sahrul (*Starboy*), Farhan (*Sadboy*), Franes (*The guy with the hat*), atas dukungan moral, dan diskusi tembus paginya, maupun kopi hangat yang selalu menemani dikala senang dan sedih, serta *lose streak* yang dialami ditiap malamnya. Tanpa kehadiran mereka skripsi ini tidak dapat dikerjakan secara maksimal.
10. Terimakasih kepada “*The most MVP Hero*”, irithel dan Karrie, yang telah menemani *win streak* maupun *lose streak* dalam medan *land of dawn*, tanpa kehadiran keduanya, skripsi ini tidak dapat dikerjakan secara maksimal
11. Terimakasih kepada “*Coffee Spot*”, Hangloose, Kopi dari hati, LIDI, TaoBun, GBS, karena telah menjadi wadah dari ide-ide yang kadang sulit

tersalurkan dengan baik, kehadiran tempat-tempat tersebut mempunyai aspek tersendiri dalam pengerjaan skripsi ini.

12. Terimakasih kepada “Paslon 02”, Prabowo Subianto Djojohadikusumo, dan K. P. H. Gibran Rakabuming Raka, B.Sc., karena telah memberikan penulis semangat jiwa nasionalis, rasa rela berkorban, dan jiwa pendekar yang sangat tinggi, sehingga penulis dapat mengerjakan skripsi ini dengan semangat yang berapi-api, Oke Gas, Oke Gas !
13. Terimakasih kepada keluarga “LINGKARAN SETAN”, Fika, Titah, Angel, Giska, Widya, Fausan, Fira, Andini, Safira, karena sudah menemani sejak masa SMA sampai saat ini. Kalian menjadi sosok keluarga baru bagi penulis, sehingga menjadi ponopang penulis dalam mengembangkan ide-ide selama proses pengerjaan skripsi ini.
14. Terimakasih kepada “A2KTW”, Billy, Amar, Sahil, Evi, Dadi, Akram, Lisa, Agus, Sinchan, Ade, terimakasih karena telah ikut memeriahkan dinamika pertemanan yang telah terjalin sejak SMP dan akan tetap berlanjut sampai ajal menjemput. Kehadiran mereka menjadi sumber energi dan penyemangat bagi penulis dalam mengerjakan skripsi ini. Kalian luar biasa!
15. Terimakasih pada teman-teman “KKN Moncongloe Bulu”, Rendi, Fadlur, Alam, Aminur, Yuyun, Mala, Ewi, Jeje, Ngut, Yuni, Nisa, Taufik, Ninis, Chikita, Yusrn, Dayen, Cica, Irsan, Fasya, Awl, Yuyu, dan Resla karena hadir sebagai keluarga baru bagi penulis. Penulis sangat bertrimakasih karena masih tetap menjalin hubungan pertemanan ini selama proses pengerjaan skripsi sampai detik ini.
16. Terimakasih kepada “Nasi Kuning Holland” atas ayam kecap, bakwan, dan saus lomboknya yang selalu menemani disaat jam 12 sampai pagi datang, semua elemen tersebut merupakan penopang yang sangat penting dalam proses penulisan skripsi ini, terimakasih.

17. Terimakasih kepada teman-teman “*Kreasi 20*”, Aris, Oni, Nisa, Eky, Adel, Fiqrah, Tasya, Ima, Irma, Beni, Salsa dj, Dita, Atika, Hairil, Nayla, Refas, Ilo, Dikto, Sucay, Chandra, Faisal, Faizah, dan teman-teman lainnya karena telah memeriahkan dinamika selama masa perkuliahan berlangsung sampai dengan proses penyelesaian skripsi ini.
18. Terimakasih kepada “*My Beloved one*” yang telah menemani di masa pasang surut selama proses pengerjaan skripsi ini, dan tak henti-henti memberikan semangat, serta tetap saling mengingatkan untuk menjadi pribadi yang lebih baik dalam menyambut masa depan yang dipenuhi sebuah misteri.
19. Terimakasih kepada diri saya sendiri, Rahmatul Hidayat karena bisa bertahan di hingar-bingar dunia ini, selalu berhasil dalam menemukan jalan di tiap masalah yang dihadapi, dan tetap konsisten dalam mengerjakan skripsi ini dengan baik.

Serta semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah membantu hingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Selain itu penulis menyadari selaku hamba dengan keterbatasan akal dan ikhtiar, bahwa tugas akhir ini belum sempurna karena itu segala saran dan kritikan yang sifatnya membangun sangat penulis harapkan demi kesempurnaan penulisan ini. Aamiinn... Wassalamu Alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Makassar, 22, Februari 2024

Rahmatul Hidayat

Abstrak

Rahmatul Hidayat, tahun **2024**, Pengaruh *Brand Image* dan *Brand Awareness* Terhadap Loyalitas Pekanggan Produk Handphone Merek Apple, pada mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis Universitas Muslim Indonesia. Dibimbing oleh pak Hasanudin Damis sebagai pembimbing pertama, dan ibu Sahari sebagai pembimbing kedua.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Brand Image* dan *Brand Awareness* Terhadap Loyalitas Pekanggan Produk Handphone Merek Apple, pada mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis Universitas Muslim Indonesia. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu, *Brand Image*, *Brand Awareness*, dan Loyalitas Pelanggan. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah mahasiswa angkatan 2020-2021 fakultas ekonomi dan bisnis Universitas Muslim Indonesia. Metode yang digunakan dalam penentuan sampel yaitu metode *slovin*, dengan jumlah sampel 246 responden.

Penelitian ini menggunakan analisis uji validitas, uji regresi linear berganda, uji reliabilitas, uji t (parsial), uji f (simultan), auto korelasi, dan koefisien determinasi.

Hasil dari penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa pengaruh *Brand image* dan *Brand Awareness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, serta variabel yang paling dominan dalam mempengaruhi loyalitas pelanggan adalah *Brand Awareness* pada mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis Universitas Muslim Indonesia.

Kata kunci : *Brand image, Brand awareness, Loyalitas pelanggan*

Abstract

Rahmatul Hidayat, 2024, The Influence of Brand Image and Brand Awareness on Customer Loyalty for Apple Brand Mobile Phone Products, among students at the Faculty of Economics and Business at the Indonesian Muslim University. Supervised by Mr. Hasanudin Damis as the first supervisor, and Mrs. Sahari as the second supervisor.

This research aims to determine the influence of Brand Image and Brand Awareness on Customer Loyalty for Apple Brand Mobile Phone Products, among students at the Faculty of Economics and Business at the Indonesian Muslim University. The variables used in this research are Brand Image, Brand Awareness and Customer Loyalty. The population used in this research were students from the 2020-2021 class of the economics and business faculty at the Indonesian Muslim University. The method used in determining the sample was the Slovin method, with a sample size of 246 respondents.

This research uses validity test analysis, multiple linear regression test, reliability test, t test (partial), f test (simultaneous), auto correlation, and coefficient of determination.

The results of the research that has been conducted show that the influence of Brand image and Brand Awareness has a positive effect and significant to customer loyalty, and the most dominant variable in influencing customer loyalty is Brand Awareness among students at the economics and business faculty of the Indonesian Muslim University.

Keywords: Brand image, Brand awareness, Customer loyalty

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING	i
HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI.....	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iii
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR TABEL	iv
I. PENDAHULUAN	2
A. Latar Belakang	2
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Penelitian	6
II. TINJAUAN PUSTAKA.....	2
A. Tinjauan Landasan Teori dan Konsep.....	2
B. Penelitian Terdahulu	23
C. Kerangka Konseptual Penelitian	27
D. Hipotesis.....	27
III. METODE PENELITIAN.....	28
A. Pendekatan Penelitian	28
B. Lokasi dan Waktu	28
C. Jenis dan Sumber Data	28
D. Teknik Pengumpulan Data.....	29
E. Populasi dan Sampel	30
F. Metode Analisis Data.....	32
G. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional.....	35
IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	38
A. Hasil Penelitian	38
B. Frekuensi dan Jawaban Responden Mengenai <i>Brand Image</i> dan <i>Brand Awareness</i> Terhadap Loyalitas Pelanggan	41
C. Pengujian Instrumen Data	45
D. Pembahasan.....	52
V. PENUTUP	28
A. Kesimpulan	28
B. Saran.....	28
DAFTAR PUSTAKA	55

DAFTAR TABEL

TABEL 1 PENELITIAN TERDAHULU.....	23
TABEL 2 DEFINISI OPERASIONAL DAN VARIABEL	36