

**MODEL LOYALITAS PELANGGAN MELALUI BRAND AWARENESS,
BRAND ASSOCIATION, DAN PERCEIVED QUALITY DENGAN
KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING
(Studi Kasus Pengguna Handphone Merek OPPO pada Mahasiswa Universitas
Islam Sultan Agung Semarang)**

**Skripsi
Untuk memenuhi sebagai persyaratan
Mencapai derajat Sarjana S1**

Program Studi Manajemen



**Disusun Oleh :
Sadham Maulana Hidayatullah
Nim : 30401511887**

**UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG
FAKULTAS EKONOMI PROGRAM STUDI MANAJEMEN
SEMARANG**

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi

**MODEL LOYALITAS PELANGGAN MELALUI BRAND AWARENESS,
BRAND ASSOCIATION, DAN PERCEIVED QUALITY DENGAN
KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING**

(Studi Kasus Pengguna Handphone Merek OPPO pada Mahasiswa Universitas Islam
Sultan Agung Semarang)

Disusun Oleh:

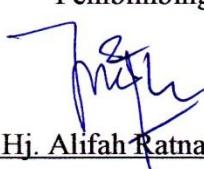
Sadham Maulana Hidayatullah

NIM : 30401511887

Telah disetujui oleh pembimbing dan selanjutnya dapat diajukan ke hadapan sidang
panitia ujian skripsi Progam Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam
Sultan Agung Semarang

Semarang, 26 September 2019

Pembimbing


Dra. Hj. Alifah Ratnawati, MM

NIK.210489019

**MODEL LOYALITAS PELANGGAN MELALUI BRAND AWARENESS,
BRAND ASSOCIATION, DAN PERCEIVED QUALITY DENGAN
KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING**

(Studi Kasus Pengguna Handphone Merek OPPO pada Mahasiswa Universitas Islam
Sultan Agung Semarang)

Disusun Oleh :

**Sadham Maulana Hidayatullah
NIM: 30401511887**

Telah dipertahankan di depan pengaji
Pada tanggal 1 Oktober 2019

Susunan Dewan Pengaji

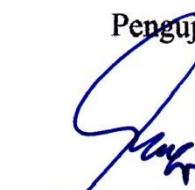
Pembimbing

Pengaji I


Dra. Hj. Alifah Ratnawati, MM
NIK.210489019


Dra. Hj. Endang Dwiaستuti, MSi
NIK.220480004

Pengaji II


Drs. Mulyana, MSi
NIK.210490020

Skripsi ini diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh Gelar Sarjana
Ekonomi Tanggal 1 Oktober 2019

Ketua Program Studi Manajemen


Dr. H. Ardian Adhiatma, SE, MM
NIK.210499042

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : **Sadham Maulana Hidhayatullah**

NIM : **30401511887**

Jurusan : **Manajemen**

Fakultas : **Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang**

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul: "**MODEL LOYALITAS PELANGGAN MELALUI BRAND AWARENESS, BRAND ASSOCIATION, DAN PERCEIVED QUALITY DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi Kasus Pengguna Handphone Merek OPPO pada Mahasiswa Universitas Islam Sultan Agung Semarang)**" dan diajukan untuk diuji pada tanggal - - 2019 adalah karya saya. Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam Skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara mengambil atau meniru kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan atau pendapat atau pemikiran dari penulis lain, yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri, dan atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin, tiru atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan pada penulis aslinya.

Saya bersedia menarik skripsi yang saya ajukan, apabila terbukti bahwa saya melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain yang seolah-olah tulisan saya sendiri. Saya bersedia bila gelar dan ijazah yang diberikan oleh Universitas dibatalkan.

Semarang, 26 September 2019

Pembimbing

Dra. Hj. Alifah Ratnawati, MM

Yang Memberi Pernyataan



Sadham Maulana Hidhayatullah

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Sadham Maulana Hidayatullah
NIM : 30401511887
Program Studi : S1 Manajemen
Fakultas : Ekonomi

Alamat Asal : Dk. Muntuksari Rt.02/Rw.06 Kelurahan Rowosari Semarang

No. HP / Email : 089699089177 / maulanasadham@yahoo.com

Dengan ini menyerahkan karya ilmiah berupa Tugas Akhir/Skripsi/Tesis/Disertasi* dengan judul :

MODEL LOYALITAS PELANGGAN MELALUI BRAND AWARENESS, BRAND

ASSOCIATION, DAN PERCEIVED QUALITY DENGAN KEPUASAN PELANGGAN

SEBAGAI VARIABEL INTERVENING

dan menyetujuinya menjadi hak milik Universitas Islam Sultan Agung serta memberikan Hak Bebas Royalti Non-ekslusif untuk disimpan, dialihmediakan, dikelola dalam pangkalan data, dan dipublikasikannya di internet atau media lain untuk kepentingan akademis selama tetap mencantumkan nama penulis sebagai pemilik Hak Cipta.

Pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh. Apabila dikemudian hari terbukti ada pelanggaran Hak Cipta/Plagiarisme dalam karya ilmiah ini, maka segala bentuk tuntutan hukum yang timbul akan saya tanggung secara pribadi tanpa melibatkan pihak Universitas Islam Sultan Agung.

Semarang, 26 September 2019



Yang menyatakan,

Sadham Maulana H.

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah menganalisis dan mendeskripsikan model loyalitas pelanggan melalui brand awareness, brand association dan perceived quality dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening. Penelitian ini menggunakan kuesioner untuk mengambil data pengguna hanphone merek OPPO pada mahasiswa universitas islam sultan agung semarang sebanyak 100 orang. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling*, yang artinya teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Metode analisis ini menggunakan *sobel test*.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa adanya pengaruh positif dan signifikan antara variabel *brand awareness* terhadap *kepuasan pelanggan*, pengaruh positif dan signifikan antara variabel *brand association* terhadap *kepuasan pelangan*, pengaruh positif dan signifikan antara variabel *perceived quality* terhadap *kepuasan pelanggan*, pengaruh positif dan signifikan antara variabel *brand awareness* terhadap *loyalitas pelanggan*, pengaruh positif dan signifikan antara variabel *brand association* terhadap *loyalitas pelangan*, pengaruh positif dan signifikan antara variabel *perceived quality* terhadap *loyalitas pelanggan*. Serta variabel *kepuasan pelanggan* terbukti memediasi variabel *brand awareness* terhadap *loyalitas pelanggan*, variabel *kepuasan pelanggan* tidak memediasi variabel *brand association* terhadap *loyalitas pelanggan* dan variabel *kepuasan pelanggan* terbukti memediasi variabel *perceived quality* terhadap *loyalitas pelanggan*.

Kata kunci : *brand awareness, brand association, perceived quality, kepuasan pelanggan* dan *loyalitas pelanggan*.

ABSTRACT

The purpose of this study is to analyze and describe the customer loyalty model through brand awareness, brand association and perceived quality with customer satisfaction as an intervening variable. This study used a questionnaire to retrieve data on OPPO brand cellphone users on the students of the Islamic University of Sultan Agung Semarang as many as 100 people. The sampling technique uses purposive sampling technique, which means the sampling technique with certain considerations. This analytical method uses sobel test.

The results of this study indicate that there is a positive and significant influence between brand awareness variables on customer satisfaction, positive and significant influence between brand association variables on customer satisfaction, positive and significant influence between perceived quality variables on customer satisfaction, positive and significant influence between brand awareness variables on customer loyalty, a positive and significant effect between brand association variables on customer loyalty, a positive and significant effect between perceived quality variables on customer loyalty. And the customer satisfaction variable is proven to mediate the brand awareness variable on customer loyalty, the customer satisfaction variable does not mediate the brand association variable on customer loyalty and the customer satisfaction variable is proven to mediate the perceived quality variable on customer loyalty.

Keywords: brand awareness, brand association, perceived quality, customer satisfaction and customer loyalty.

KATA PENGANTAR

Bismillahirrochmanirrochim, Alhamdulillah segala puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas berkat rahmat, inayah serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi dengan judul “**MODEL LOYALITAS PELANGGAN MELALUI BRAND AWARENESS, BRAND ASSOCIATION, DAN PERCEIVED QUALITY DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (STUDI KASUS PENGGUNA HANDPHONE MEREK OPPO PADA MAHASISWA UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG SEMARANG)**” Skripsi ini diajukan untuk memenuhi bagian dari persyaratan mencapai Gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Manajemen.

Selama pengerjaan Skripsi penulis banyak mendapatkan bimbingan, saran dan kerja sama dari banyak pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada :

1. Allah SWT yang maha pengasih lagi maha penyayang.
2. Dra. Hj. Alifah Ratnawati, MM. selaku Dosen Pembimbing yang telah mengarahkan dan membimbing penulis dalam penyusunan Usulan Penelitian Skripsi.
3. Prof. Hj. Olivia Fachrunnisa, SE., M.Si., Ph.D. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang.

4. Dr. H. Ardhian Adithama, SE., M.Si., Ph.D. selaku Ketua Jurusan Program Studi Manajemen Universitas Islam Sultan Agung Semarang.
5. Bapak dan Ibu Dosen Pengajar Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang.
6. Seluruh Staf Karyawan di Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang yang senantiasa memberikan pelayanan yang baik selama ini.
7. Bapak dan Ibuku tersayang yang selalu mendo'akan saya serta yang selalu memberikan semangat untuk saya.
8. Habib Musthofa Alaydrus yang senantiasa mengarahkan saya dan memberi semangat kepada saya.
9. Seluruh Jam'iyyah Al-Muhibbin Pudak Payung.
10. Dr. H. Achmad Sulchan, SH., MH selaku Pembina Resimen Mahasiswa Batalyon 908/SW Universitas Islam Sultan Agung Semarang.
11. Dwi Aryadi, SH serta adik litingku di Menwa (Yuli Nurhasanah, Anggita Fatika Sari, Efri, Inas, Mualim, Bima, Dyon, Wandha, Arsita, Linda, Dede, Rizka, Bagus, Rio, Zidane, Arif, Faruq, Jaim, Moza, Izuna).

12. Sahabat-sahabatku di fakultas (Ryan, Setyo, Yoza, Abiyu, Suroto) yang selalu menemani serta memberikan semangat untuk saya.
13. Sahabat-sahabatku di Saluka MAN 1 Semarang dan teman-teman Saka Wira Kartika Kodim 0733/BS Semarang yang senantiasa memberiku semangat untukku.
14. Serta semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah membantu dalam penulisan usulan penelitian skripsi ini.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan, untuk itu peneliti mengharapkan saran dan kritik yang membangun untuk kesempurnaan penelitian ini. Peneliti juga memohon maaf apabila dalam penulisan usulan penelitian ini terdapat kekurangan dan kesalahan karena peneliti hanyalah manusia biasa yang tidak lepas dari kekhilafan. Akhirnya peneliti berharap semoga usulan penelitian ini dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkan.

Semarang, September 2019

Peneliti,

Sadham Maulana H.