



**PENGARUH *BRAND IMAGE*, GAYA HIDUP DAN KUALITAS
PRODUK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DENGAN
KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL
INTERVENING PADA PENGGUNA HP IPHONE
(STUDI PADA MAHASISWA AKTIF
UNIVERSITAS MURIA KUDUS)**

Skripsi

Disusun untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Disusun Oleh:

ADITYA KHANZA FERNANDA

NIM. 201911665

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
TAHUN 2025**



**PENGARUH *BRAND IMAGE*, GAYA HIDUP DAN KUALITAS
PRODUK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DENGAN
KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL
INTERVENING PADA PENGGUNA HP IPHONE
(STUDI PADA MAHASISWA AKTIF
UNIVERSITAS MURIA KUDUS)**

Skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan jenjang
Pendidikan Strata Satu (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muria Kudus

Disusun Oleh:

ADITYA KHANZA FERNANDA

NIM. 201911665

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
TAHUN 2025**

**PENGARUH *BRAND IMAGE*, GAYA HIDUP DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DENGAN KEPUASAN
PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA
PENGGUNA HP IPHONE (STUDI PADA MAHASISWA AKTIF
UNIVERSITAS MURIA KUDUS)**

Nama : Aditya Khanza Fernanda
NIM : 201911665
Program Studi : Manajemen

Skripsi ini telah disetujui untuk dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian Skripsi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

Kudus, 19 Februari 2025

Pembimbing I



(Nurul Rizka Arumsari, S.E., M.M)
NIDN. 0628048702

Pembimbing II



(Rhealin Hening Karatri, S.E., M.M)
NIDN. 0615079303

Mengetahui
Ketua Program Studi Manajemen



(Noor Indah Rahmawati, S.E., M.M)
NIDN. 0024037701

**PENGARUH *BRAND IMAGE*, GAYA HIDUP DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DENGAN KEPUASAN
PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA
PENGGUNA HP IPHONE (STUDI PADA MAHASISWA AKTIF
UNIVERSITAS MURIA KUDUS)**

Nama : Aditya Khanza Fernanda
NIM : 201911665
Program Studi : Manajemen

Skripsi ini telah disetujui dan dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian Skripsi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

Kudus, 19 februari 2025

Mengetahui
Ketua Program Studi



(Noor Indah Rahmawati, S.E., M.M)
NIDN. 0024037701

Pembimbing I



(Nurul Rizka Arumsari, S.E., M.M)
NIDN. 0628048702

Mengetahui
Dekan




(Dr. Kertati Sumekar, S.E., M.M)
NIDN. 0616077304

Pembimbing II



(Rhealin Hening Karatri, S.E., M.M)
NIDN. 0615079303

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO:

Sesungguhnya Allah SWT tidak akan mengubah keadaan suatu kaum, sebelum mereka mengubah keadaan mereka sendiri

(QS-Ar Rad 11)

PERSEMBAHAN:

1. Ayah dan ibuku tercinta
2. Adik-adikku tersayang
3. Teman-temanku yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Allah SWT atas berkat dan anugerahnya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “**Pengaruh *Brand Image*, Gaya Hidup Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Pengguna HP Iphone (Studi Pada Mahasiswa Aktif Universitas Muria Kudus)**”. Skripsi ini disusun guna menyelesaikan studi pada jenjang pendidikan Strata Satu (S1) di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus. Keberhasilan penyusunan skripsi ini bukan hanya kerja keras penulis semata, melainkan juga berkat dukungan dan bantuan dari segala pihak yang berkaitan. Pada kesempatan ini, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Ir. Darsono, M.Si, selaku Rektor Universitas Muria Kudus.
2. Dr. Kertati Sumekar, S.E., M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria.
3. Noor Indah Rahmawati, S.E., M.M selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
4. Nurul Rizka Arumsari, S.E., M.M selaku Dosen Pembimbing I dan Rhealin Hening Karatri, S.E., M.M selaku Dosen Pembimbing II yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing dan mengarahkan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Dosen pengajar yang ada di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus yang telah membimbing penulis selama menuntut ilmu di Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.

6. Segenap staff administrasi dan tata usaha Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.

7. Orang tua dan keluarga penulis yang telah memberikan dukungan, semangat, motivasi serta kesabaran kepada penulis selama ini.

Penulis menyadari sepenuhnya akan keterbatasan, kemampuan, pengalaman dan pengetahuan yang ada pada penulis, sehingga tidak menutup kemungkinan bila skripsi ini masih banyak kekurangan. Akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi kepentingan bersama.

Kudus, 14 Januari 2025
Penulis



Aditya Khanza Fernanda
NIM. 201911665

**PENGARUH *BRAND IMAGE*, GAYA HIDUP DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DENGAN KEPUASAN
PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA**

PENGGUNA HP IPHONE (STUDI PADA MAHASISWA AKTIF UNIVERSITAS MURIA KUDUS)

Aditya Khanza Fernanda
NIM. 201911665

Pembimbing: 1. Nurul Rizka Arumsari, S.E., M.M
2. Rhealin Hening Karatri, S.E., M.M

**UNIVERSITAS MURIA KUDUS
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh *brand image*, gaya hidup dan kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening pada pengguna HP Iphone (studi pada mahasiswa aktif Universitas Muria Kudus). Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 125 responden dengan menggunakan metode *purposive sampling*. Penelitian ini menggunakan model *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan menggunakan program AMOS V.24. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *brand image* dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Gaya hidup tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. *Brand image* dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Gaya hidup tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Kata Kunci: Brand Image, Gaya Hidup, Kualitas Produk, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan.

THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE, LIFESTYLE AND PRODUCT QUALITY ON CUSTOMER LOYALTY WITH CUSTOMER SATISFACTION AS AN INTERVENING VARIABLE FOR IPHONE USERS (STUDY ON ACTIVE STUDENTS OF MURIA KUDUS UNIVERSITY)

Aditya Khanza Fernanda

NIM. 201911665

Supervisor: 1. Nurul Rizka Arumsari, S.E., M.M
2. Rhealin Hening Karatri, S.E., M.M

**UNIVERSITAS MURIA KUDUS
FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS MANAGEMENT STUDY
PROGRAM**

ABSTRACT

This research was conducted to determine the influence of brand image, lifestyle and product quality on customer loyalty with customer satisfaction as an intervening variable for iPhone users (study of active students at Muria Kudus University). The sample used in this research was 125 respondents using the purposive sampling method. This research uses the Structural Equation Modeling (SEM) model using the AMOS V.24 program. The results of this research show that brand image and product quality have a positive and significant effect on customer loyalty. Lifestyle has no effect on customer loyalty. Brand image and product quality have a positive and significant effect on customer satisfaction. Lifestyle has no effect on customer satisfaction. Customer satisfaction has a positive and significant effect on customer loyalty.

Keywords: Brand Image, Lifestyle, Product Quality, Customer Satisfaction, Customer Loyalty.

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACT.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Ruang Lingkup.....	9
1.3. Perumusan Masalah	10
1.4. Tujuan Penelitian	11
1.5. Manfaat Penelitian	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	14
2.1. Loyalitas Pelanggan	14
2.2. Kepuasan Pelanggan	17
2.3. Brand Image	20
2.4. Gaya Hidup	22
2.5. Kualitas Produk.....	25
2.6. Pengaruh Antar Variabel.....	27
2.7. Tinjauan Penelitian Terdahulu	32
2.8. Kerangka Pemikiran Teoritis	36
2.9. Perumusan Hipotesis	37

BAB III METODE PENELITIAN.....	39
3.1. Rancangan Penelitian	39
3.2. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	40
3.3. Jenis dan Sumber Data	44
3.4. Populasi dan Sampel	45
3.5. Teknik Pengumpulan Data	46
3.6. Uji Instrumen Penelitian	48
3.7. Metode Analisis Data	49
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	56
4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian	56
4.2. Penyajian Data	56
4.3. Hasil Analisis Data.....	62
4.4. Pembahasan.....	80
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	88
5.1. Kesimpulan	88
5.2. Saran.....	89
DAFTAR PUSTAKA	91
LAMPIRAN.....	94

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1 Penilaian Kriteria Goodness of Fit Index Full Model	53
Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	57
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Usia.....	57
Tabel 4.3 Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Brand Image</i> (X_1)..	58
Tabel 4.4 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Gaya Hidup (X_2) ...	59
Tabel 4.5 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kualitas Produk (X_3)	59
Tabel 4.6 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kepuasan Pelanggan (Z).....	60
Tabel 4.7 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Loyalitas Pelanggan (Y)	61
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas	62
Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas	63
Tabel 4.10 Hasil Uji Normalitas.....	64
Tabel 4.11 Hasil Uji <i>Outliers</i>	65
Tabel 4.12 Hasil Kriteria <i>Goodness of Fit Index</i> Variabel Eksogen Sebelum Perbaikan.....	66
Tabel 4.13 Hasil <i>Standardized Regression Weights</i> Variabel Eksogen Sebelum Perbaikan.....	67
Tabel 4.14 Hasil Kriteria <i>Goodness of Fit Index</i> Variabel Eksogen Setelah Perbaikan.....	68
Tabel 4.15 Hasil <i>Standardized Regression Weights</i> Variabel Eksogen Setelah Perbaikan	69
Tabel 4.16 Hasil Kriteria <i>Goodness of Fit Index</i> Variabel Endogen.....	70
Tabel 4.17 Hasil <i>Standardized Regression Weights</i> Variabel Endogen.....	71
Tabel 4.18 Hasil Kriteria Goodness of Fit Index Full Measurement	72
Tabel 4.19 Hasil Standardized Regression Weights Full Measurement	73
Tabel 4.20 Hasil Regression Weights	74

Tabel 4.21 Hasil Squared Multiple Correlation	76
Tabel 4.22 Hasil Uji Hipotesis Berdasarkan Full Model SEM	77
Tabel 4.23 Hasil Uji Mediasi	79



DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar 1.1	Penjualan produk <i>Smartphone</i> Iphone di Indonesia tahun 2022-2024	4
Gambar 1.2	Pengguna Terbanyak Merek <i>Smartphone</i> di Indonesia Tahun 2023	4
Gambar 1.3	Data Pengguna Produk Iphone dan Pesaing Tahun 2023	6
Gambar 1.4	Prosesor Terbaik dan Tercepat Tahun 2023	7
Gambar 1.5	Tingkat Kepuasan Pengguna Android Dan iOS Tahun 2023 ...	8
Gambar 2.1	Kerangka Pemikiran Teoritis	37
Gambar 4.1	Hasil Analisis Faktor Konfirmatori Variabel Eksogen Sebelum Perbaikan	66
Gambar 4.2	Hasil Analisis Faktor Konfirmatori Variabel Eksogen Setelah Perbaikan	68
Gambar 4.3	Hasil Analisis Faktor Konfirmatori Variabel Endogen	70
Gambar 4.4	Hasil Analisis Faktor Konfirmatori <i>Full Measurement</i>	71
Gambar 4.5	Hasil Analisis Faktor Konfirmatori Full Model SEM	74