



**PENGARUH CITRA MEREK, KEPERCAYAAN MEREK, DAN
PERSEPSI KUALITAS TERHADAP LOYALITAS
PELANGGAN IPHONE PADA GENERASI Z
DI JABODETABEK**

SKRIPSI

MAVIRA PUTRI MALOW 2210111193

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAKARTA
2025**



**PENGARUH CITRA MEREK, KEPERCAYAAN MEREK, DAN
PERSEPSI KUALITAS TERHADAP LOYALITAS
PELANGGAN IPHONE PADA GENERASI Z
DI JABODETABEK**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Manajemen**

MAVIRA PUTRI MALOW 2210111193

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAKARTA
2025**

PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri, dan semua sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Mavira Putri Malow

NIM. : 2210111193

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan saya ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 9 Oktober 2025
Yang menyatakan,



METRAL
TEMPER
D0AMX405476564

Mavira Putri Malow

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai civitas akademika Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Mavira Putri Malow
NIM : 2210111193
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : S1 Manajemen
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta Hak Bebas Royalti Non Eksklusif (*Non Exclusive Royalty Free Right*) atas Skripsi saya yang berjudul :

Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan Merek, dan Persepsi Kualitas terhadap Loyalitas Pelanggan iPhone pada Generasi Z di Jabodetabek

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta
Pada tanggal : 22 Desember 2025
Yang Menyatakan,



(Mavira Putri Malow)

LEMBAR PENGESAHAN

SKRIPSI

PENGARUH CITRA MEREK, KEPERCAYAAN MEREK, DAN PERSEPSI KUALITAS TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN IPHONE PADA GENERASI Z DI JABODETABEK

Dipersiapkan dan disusun oleh:

MAVIRA PUTRI MALOW 2210111193

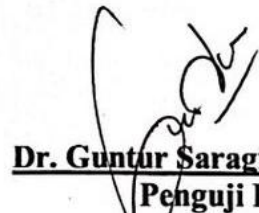
**Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal: 09 Desember 2025
dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima**



Prof. Dr. Prasetyo Hadi, S.E., M.M., CFMP
Ketua Penguji



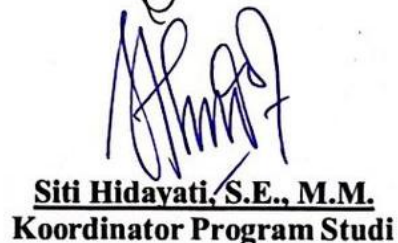
Dea Delia Lestari S.T., M.M.
Penguji I



Dr. Guntur Saragih, M.S.M.
Penguji II



Dr. Jubaedah, S.E., M.M.
Dekan



Siti Hidayati, S.E., M.M.
Koordinator Program Studi

Disahkan di : Jakarta
Pada tanggal : 09 Desember 2025

THE EFFECT OF BRAND IMAGE, BRAND TRUST, AND QUALITY PERCEPTION ON IPHONE CUSTOMER LOYALTY AMONG GENERATION Z IN JABODETABEK

By Mavira Putri Malow

Abstract

The research conducted aims to analyze, understand, and prove the influence of independent variables, namely Brand Image, Brand Trust, and Perceived Quality on the dependent variable, namely Customer Loyalty. Quantitative research is the method used in this study with descriptive analysis techniques utilized in this study to provide an explanation of the characteristics of the sample and inferential analysis techniques are also utilized in this study by utilizing the help of SmartPLS software version 4.1.1. The population in this study are iPhone users domiciled in the areas of Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, and Bekasi as many as 120 respondents as the number of samples in this study. The non-probability sampling technique, namely purposive sampling, is used in sampling this study. The questionnaire in this study is a technique in collecting data that is disseminated through Google Form. The findings of this study (1) brand image has a significant effect on customer loyalty, (2) brand trust does not have a significant effect on customer loyalty, and (3) perceived quality has a significant effect on customer loyalty. The findings of this study can provide comprehensive insight into the factors influencing customer loyalty in the context of brand image, brand trust, and perceived quality among iPhone users. The findings of this study can serve as a reference for Apple and other smartphone manufacturers in developing strategies to increase and maintain customer loyalty.

Keywords: *Brand image; Brand trust; Customer loyalty; Perceived quality.*

PENGARUH CITRA MEREK, KEPERCAYAAN MEREK, DAN PERSEPSI KUALITAS TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN IPHONE PADA GENERASI Z DI JABODETABEK

Oleh Mavira Putri Malow

Abstrak

Penelitian yang dijalankan mempunyai tujuan untuk menganalisis, memahami, dan membuktikan pengaruh dari variabel independen yaitu Citra Merek, Kepercayaan Merek, dan Persepsi Kualitas terhadap variabel dependen yaitu Loyalitas Pelanggan. Penelitian kuantitatif menjadi metode yang dimanfaatkan dalam studi ini dengan teknik analisis deskriptif dimanfaatkan dalam studi ini guna memberikan penjelasan mengenai karakteristik dari sampel serta teknik analisis inferensial juga dimanfaatkan dalam studi ini dengan memanfaatkan bantuan perangkat lunak (software) SmartPLS versi 4.1.1. Populasi dalam studi ini merupakan pengguna iPhone yang berdomisili di wilayah Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, dan Bekasi sebanyak 120 responden menjadi jumlah sampel dalam studi ini. Teknik non-probability sampling yaitu purposive sampling dimanfaatkan dalam pengambilan sampel penelitian ini. Kuesioner dalam studi ini menjadi teknik dalam mengumpulkan data-data yang disebarluaskan melalui Google Form. Hasil temuan penelitian ini (1) citra merek berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan, (2) kepercayaan merek tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan, dan (3) persepsi kualitas berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Temuan yang dihasilkan dalam studi ini bisa memberikan pengetahuan secara komprehensif mengenai hal-hal yang dapat menjadi faktor pengaruh loyalitas pelanggan dalam konteks citra merek, kepercayaan merek, dan persepsi kualitas pada pengguna iPhone. Hasil temuan dalam studi ini bisa dijadikan acuan bagi pihak Apple dan industri *smartphone* lainnya untuk menyusun strategi guna meningkatkan dan mempertahankan loyalitas pelanggan.

Kata kunci : Citra merek; Kepercayaan merek; Loyalitas pelanggan; Persepsi kualitas.

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAKARTA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jalan Rumah Sakit Fatmawati, Pondok Labu, Jakarta Selatan 12450
Telepon 021-7656971, Fax 021-7656904
Laman : www.feb.upnvj.ac.id , e-mail : febupnvj@upnvj.ac.id

BERITA ACARA SIDANG TUGAS AKHIR SEMESTER GANJIL TA. 2025/2026

Pada hari ini, Selasa, tanggal 9 Desember 2025, telah dilaksanakan Sidang Tugas Akhir bagi mahasiswa:

Nama : Mavira Putri Malow
NIM : 2210111193
Program Studi : Manajemen S1
Judul Tugas Akhir :

Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan Merek, dan Persepsi Kualitas terhadap Loyalitas Pelanggan iPhone pada Generasi Z di Jabodetabek

Dinyatakan yang bersangkutan *Lulus / Tidak Lulus/Sidang Ulang**, dengan Nilai Rata-Rata dan Nilai Huruf

Tim Penguji

No	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Prof. Dr. Prasetyo Hadi, SE., MM	Ketua	
2	Dea Delia Lestari, ST., MM.	Anggota I	
3	Dr. Guntur Saragih, M.S.M	Anggota II **)	

Keterangan:

*) Coret yang tidak perlu
**) Dosen Pembimbing

Nilai dalam Skala

85 - 100 = A
80 - 84.99 = A-
75 - 79.99 = B+
70 - 74.99 = B
65 - 69.99 = B-
60 - 64.99 = C+
55 - 59.99 = C
40 - 54.99 = D
0 - 39.99 = E

Jakarta, 6 Desember 2025

Mengesahkan
a.n. DEKAN
Koordinator Prodi Manajemen S1

Siti Hidayati, SE, MM

PRAKATA

Segala puji penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT, atas limpahan rahmat, taufik, dan hidayah-Nya sehingga skripsi berjudul "Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan Merek, dan Persepsi Kualitas terhadap Loyalitas Pelanggan iPhone pada Generasi Z di Jabodetabek" dapat tersusun dan terselesaikan dengan baik. Skripsi ini merupakan hasil penelitian yang penulis jalankan dengan penuh kesungguhan dan komitmen. Penyusunan skripsi ini juga menjadi salah satu syarat akademik yang harus dipenuhi untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada Program Studi Manajemen. Selama proses penyusunan skripsi, penulis memperoleh berbagai dukungan dan bantuan dari berbagai pihak. Tanpa adanya dukungan tersebut, penyusunan skripsi ini tidak akan terselesaikan tepat waktu. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan apresiasi dan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu Dr. Jubaedah, S.E., M.M., selaku dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan peneliti arahan selama menjalani perkuliahan.
2. Ibu Dr. Dewi Cahyani Pangestuti, SE., MM., selaku Ketua Jurusan Manajemen, atas arahan dan dukungannya dalam penyusunan proposal penelitian ini.
3. Ibu Siti Hidayati S.E., M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen yang telah memberikan pengarahan dan membantu kelancaran kepada peneliti selama menjalani perkuliahan.
4. Bapak Dr. Guntur Syahputra Saragih, M.S.M selaku Dosen Pembimbing yang telah banyak memberikan arahan dan saran-saran yang sangat bermanfaat. selama proses penyusunan skripsi ini sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
5. Bapak Prof. Dr. Prasetyo Hadi, S.E., M.M., CFMP dan Ibu Dea Delia Lestari, S.T., M.M selaku dosen penguji yang memberikan arahan kepada peneliti dalam pelaksanaan sidang skripsi.
6. Ayah tercinta Catur Heli Subekti (Alm) meskipun telah tiada, tetap menjadi sumber kekuatan dan semangat penulis. Terima kasih karena telah memberikan

motivasi dan teladan. Dengan penuh kerinduan dan rasa hormat, skripsi ini penulis persembahkan untuk Ayah.

7. Ibu tercinta Eti Noviani Dewi, A.Md. perempuan hebat yang menjadi tulang punggung keluarga, sekaligus menjalankan dua peran untuk anak-anaknya. Terimakasih sudah memberikan dukungan moral dan material sehingga penulis bisa melaksanakan kuliah dan menyelesaikan
8. Adik tercinta Helvian Bagas Adiwitya, di balik segala kekeraskepalaan dan tingkah laku yang menguji kesabaran. Terima kasih telah memberikan motivasi kepada penulis dalam setiap langkah perjuangan, termasuk dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Kinanti Salsabilla, Mita Nurhayati, Tika Oktavia, Nabila Fajar, Devi Anisaul, Meirina Abiyah, dan Indriani Ranuma selaku sahabat penulis. Terima kasih atas kebersamaan, dukungan, dan bantuan yang diberikan selama proses penyusunan skripsi ini. Terima kasih karena selalu hadir di saat penulis membutuhkan tempat bercerita, memberikan dorongan ketika semangat mulai melemah, serta menjadi bagian dari perjalanan yang penuh tantangan dan pembelajaran ini.
10. Mavira Putri Malow, diri saya sendiri. Apresiasi sebesar-besarnya karena telah bertanggung jawab untuk menyelesaikan apa yang telah dimulai meskipun tidak selalu mudah. Terima kasih untuk setiap usaha, setiap langkah kecil, dan setiap kekuatan yang terus tumbuh meskipun keadaan sering kali terasa begitu berat. Terima kasih karena tetap bertahan, tetap percaya, dan terus berjuang hingga skripsi ini akhirnya dapat diselesaikan.

Penulis ucapkan terima kasih yang tulus kepada semua pihak yang terlibat, semoga Allah SWT memberikan balasan yang setimpal atas kebaikan dan keikhlasannya. Melalui skripsi ini, penulis berharap agar dapat memberikan manfaat pengetahuan bagi penulis dan juga pembaca.

Jakarta, 9 Desember 2025

Mavira Putri Malow

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	iv
LEMBAR PENGESAHAN	v
ABSTRACT	vi
ABSTRAK	vii
BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI	viii
PRAKATA	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Landasan Teori	11
2.1.1 Manajemen Pemasaran.....	11
2.1.2 Perilaku Konsumen	12
2.1.3 Loyalitas Pelanggan	13
2.1.4 Citra Merek	15
2.1.5 Kepercayaan Merek.....	16
2.1.6 Persepsi Kualitas	18
2.2 Hasil Penelitian Sebelumnya.....	19
2.3 Model Penelitian	29
2.3.1 Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan	29
2.3.2 Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan	30
2.3.3 Persepsi Kualitas Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	30
2.4 Hipotesis.....	31
BAB III METODE PENELITIAN	33
3.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	33
3.1.1 Definisi Operasional.....	33
3.1.2 Pengukuran Variabel	34
3.2 Populasi dan Sampel	35
3.2.1 Populasi	35
3.2.2 Sampel.....	35
3.3 Teknik Pengumpulan Data	37
3.3.1 Jenis Data.....	37
3.3.2 Sumber Data.....	38
3.3.3 Pengumpulan Data.....	38

3.4	Teknik Analisis Data	40
3.4.1	Pre-test	40
3.4.2	Analisis Deskriptif	41
3.4.3	Analisis Inferensial.....	43
3.4.4	Uji Hipotesis.....	49
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	52
4.1	Deskripsi Obyek Penelitian.....	52
4.2	Pre-test.....	53
4.2.1	Hasil Content Validity	53
4.2.2	Hasil Construct Validity	54
4.3	Deskripsi Data Penelitian.....	54
4.3.1	Deskripsi Data Responden	55
4.3.2	Analisis Deskriptif	58
4.4	Analisis Inferensial.....	66
4.4.1	Model Pengukuran (Outer Model)	66
4.4.2	Model Struktural (Inner Model).....	72
4.5	Uji Hipotesis dan Analisis	74
4.6	Pembahasan.....	77
4.6.1	Pengaruh Citra Merek terhadap Loyalitas Pelanggan.....	77
4.6.2	Pengaruh Kepercayaan Merek terhadap Loyalitas Pelanggan	78
4.6.3	Pengaruh Persepsi Kualitas terhadap Loyalitas Pelanggan.....	79
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	82
5.1	Kesimpulan	82
5.2	Keterbatasan Penelitian.....	83
5.3	Saran.....	84
	DAFTAR PUSTAKA.....	86
	RIWAYAT HIDUP	
	LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.	Kepemilikan Telepon Seluler di Indonesia	2
Tabel 2.	<i>Smartphone</i> Terlaris Tahun 2025.....	4
Tabel 3.	Penelitian Terdahulu.....	26
Tabel 4.	Pengukuran Variabel	34
Tabel 5.	Instrumen Skala Likert.....	39
Tabel 6.	Kisi – Kisi Instrumen	39
Tabel 7.	<i>Three Box Method</i>	42
Tabel 8.	Hasil <i>Content Validity</i>	53
Tabel 9.	Hasil <i>Construct Validity</i>	54
Tabel 10.	Hasil Analisis Deskriptif Loyalitas Pelanggan.....	58
Tabel 11.	Hasil Analisis Deskriptif Citra Merek.....	60
Tabel 12.	Hasil Analisis Deskriptif Kepercayaan Merek	62
Tabel 13.	Hasil Analisis Deskriptif Persepsi Kualitas	68
Tabel 14.	Hasil Nilai <i>Loading Factor</i>	68
Tabel 15.	Hasil Nilai <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	69
Tabel 16.	Hasil Nilai <i>Cross Loading</i>	70
Tabel 17.	Hasil Nilai <i>Heterotrait-monotrait (HTMT)</i>	71
Tabel 18.	Nilai <i>Cronbach's Alpha dan Composite Reliability</i>	71
Tabel 19.	Hasil Uji R-Square	73
Tabel 20.	Hasil Uji Q-Square	74
Tabel 21.	Hasil Nilai Koefisien Jalur (<i>Path Coefficient</i>)	74
Tabel 22.	Uji Kolerasi Tiap Indikator	76

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Aktivitas penjualan ponsel di wilayah jabodetabek	4
Gambar 2. Masalah yang sering dihadapi user iPhone	5
Gambar 3. Fenomena Penurunan loyalitas pengguna iPhone.....	6
Gambar 4. Model Penelitian	31
Gambar 5. Jumlah Sampel Data.....	37
Gambar 6. Tahapan PLS	43
Gambar 7. Model Struktural	44
Gambar 8. Model Pengukuran	44
Gambar 9. Diagram Jalur	45
Gambar 10. Logo Apple.....	52
Gambar 11. Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	55
Gambar 12. Data Responden Berdasarkan Domisili.....	56
Gambar 13. Data Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	57
Gambar 14. Grafik Analisis Deskriptif Loyalitas Pelanggan	59
Gambar 15. Grafik Analisis Deskriptif Citra Merek.....	61
Gambar 16. Grafik Analisis Deskriptif Kepercayaan Merek.....	63
Gambar 17. Grafik Analisis Deskriptif Persepsi Kualitas.....	65
Gambar 18. Hasil Outer Model.....	67
Gambar 19. Hasil Inner Model	72

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2 Data Kuesioner 120 Responden
- Lampiran 3 Nilai T-tabel
- Lampiran 4 Deskriptif Data Responden
- Lampiran 5 Analisis Data Deskriptif
- Lampiran 6 Lembar Persetujuan Judul
- Lampiran 7 Hasil Turnitin
- Lampiran 8 Kartu Monitoring