

SKRIPSI

PENGARUH CITRA MEREK, KEPERCAYAAN MEREK, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN IPHONE DI KOTA BANJARMASIN

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana (S1) pada
Program Studi Administrasi Bisnis

Disusun Oleh:

MUHAMMAD ARIFIN ILHAM

NIM: 2210412210051



**UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
BANJARMASIN**

2026

LEMBAR PENGESAHAN

PENGARUH CITRA MEREK, KEPERCAYAAN MEREK, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN IPHONE DI KOTA BANJARMASIN

A. Nama : Muhammad Arifin Ilham
NIM : 2210412210051

B. Telah disetujui, lulus dan disahkan sebagai Skripsi Administrasi Bisnis,
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lambung Mangkurat.

C. Tim Penguji

a. Pembimbing

Rizki Muslim Hidayat, S.AB, MM
NIP. 198912072025211048



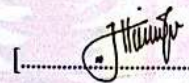
b. Penguji 1

Dr. Setio Utomo, S.Sos., M.AB
NIP. 197604132000121002



c. Penguji 2

Noor Hidayati, S.Sos., M.AB
NIP. 197805242006042001



Banjarmasin, 09 September 2026

Ketua Program Studi
Administrasi Bisnis

Ketua Pembimbing



Hj. Nurul Wahyuni, S.Sos., M.AB
NIP. 19740110200031001



Rizki Muslim Hidayat, S.AB, MM
NIP. 198912072025211048



Mengetahui
Dekan Fisip ULM

Dr. Irwansyah., S. Sos., M. Si
NIP. 197104201999031001



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS,
DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
Jalan Brigjen H. Hasan Basry Banjarmasin 70123
Telepon : (0511) 3304595 Laman : <http://fisip.ulm.ac.id>

SURAT TUGAS

Nomor 1989/UN8.1.13/KP.10.00/2026

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat
Banjarmasin menugaskan Saudara/i :

1. Rizki Muslim Hidayat, S.AB, MM
2. Dr. Setio Utomo, S.Sos, M.AB
3. Noor Hidayati, S.Sos, M.AB

Untuk menguji **Skripsi** Mahasiswa/i Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas
Lambung Mangkurat Banjarmasin:

Nama : Muhammad Arifin Ilham
NIM : 2210412210051
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis
Judul Skripsi : Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan Merek, dan
Kualitas Produk Terhadap Loyalitas pelanggan iPhone
di Kota Banjarmasin

Dilaksanakan pada:

Hari dan Tanggal : Kamis, 25 Juni 2026
J a m : 14.00 Wita – Selesai
T e m p a t : Ruang Lab Bisnis (Gedung Baru FISIP ULM)

Demikian surat tugas ini diberikan, untuk dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Banjarmasin, 17 Juni 2026
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik ULM



Dr. Irwansyah, S.Sos, M.Si
NIP 197104201999031001



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS,
DAN TEKNOLOGI

UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Jalan Brigjen H. Hasan Basry Banjarmasin 70123
Telepon : (0511) 3304595 Laman : <http://fisip.ulm.ac.id/>

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI

Pada hari ini Kamis tanggal 25 bulan Juni tahun 2026, Tim Penguji yang ditunjuk oleh Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin dengan surat Nomor: 1989/UN8.1.13/KP.10.00/2026 tanggal 17 Juni 2026 untuk menguji skripsi :

Nama	: Muhammad Arifin Ilham
NIM	: 2210412210051
Jurusan/Program Studi	: Administrasi Bisnis
Judul Skripsi	: Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan Merek, dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas pelanggan iPhone di Kota Banjarmasin
Tempat Ujian	: Ruang Lab Bisnis (Gedung Baru FISIP ULM)
Waktu Ujian	: 14.00 Wita s.d Selesai
Nilai	: 81 / A
Dinyatakan	: Lulus / ~~Tidak Lulus~~

Demikian berita acara ini dibuat dan ditandatangani sesuai dengan peraturan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin.

Dibuat di : BANJARMASIN
Pada Tanggal : 25 Juni 2026

Tim Penguji,

Mahasiswa yang diuji,

Muhammad Arifin Ilham

1. Ketua : Rizki Muslim Hidayat, S.AB, MM

2. Sekretaris : Dr. Setio Utomo, S.Sos, M.AB

3. Anggota : Noor Hidayati, S.Sos, M.AB

Mengetahui/membenarkan :

a.n. Dekan

Ketua Jurusan Administrasi Bisnis,



Nurul Widyuni, S.Sos, M.AB
NIP. 19751105 200112 2 001

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh

Dengan mengucapkan puji dan syukur kepada Allah SWT atas segala rahmat dan hidayah-Nya yang telah diberikan kepada saya dan tidak lupa saya panjatkan shalawat serta salam kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW, sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi dengan judul "**Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan Merek, dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan iPhone di Kota Banjarmasin**". Penyusunan penelitian ini dapat selesai dengan lancar karena tidak lepas dari bantuan berbagai pihak. Peneliti menyadari bahwa pembuatan skripsi ini masih memiliki kekurangan dan kelemahan. Pada kesempatan ini, penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan berhasil tanpa bantuan dan bimbingan dari beberapa pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya terutama kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ahmad Alim Bachri, S.E., M.Si., selaku Rektor Universitas Lambung Mangkurat.
2. Bapak Dr. Irwansyah, S.Sos, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat.
3. Ibu Hj. Nurul Wahyuni, S.Sos., M.AB., selaku Ketua Jurusan/Koordinator Program Studi Administrasi Bisnis Universitas Lambung Mangkurat.
4. Ibu Noor Hidayati, S.Sos., M.AB., selaku Sekretaris Jurusan program studi Administrasi Bisnis dan Dosen Penguji II yang telah memberikan bimbingan, saran, dan menguji skripsi ini.

5. Bapak Rizki Muslim Hidayat, S.AB, MM selaku Dosen Penasihat Akademik dan Dosen pembimbing yang telah memberikan nasihat dari awal semester hingga akhir dan telah memberikan bimbingan serta arahan selama penyusunan skripsi ini.
6. Bapak Dr. Setio Utomo, S.Sos., M.AB., selaku Dosen Penguji I yang telah memberikan bimbingan, saran, dan menguji skripsi ini.
7. Seluruh Dosen Pengajar dan Staf Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin.
8. Semua teman-teman angkatan 2022 Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis.

Semoga Allah SWT selalu memberkahi kita semua dengan kebaikan dan diberikan kelancaran dalam menyelesaikan segala urusan serta diberikan ilmu yang bermanfaat. Dalam penyusunan skripsi ini, penulis menyadari bahwa masih terdapat banyak kekurangan dan masih jauh dari kata sempurna karena keterbatasan pengalaman dan pengetahuan. Namun penulis berharap hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat dan masukan bagi pembaca.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Banjarmasin, 09 September 2026



Muhammad Arifin Ilham

MOTTO

“Sesungguhnya Allah tidak akan mengubah nasib suatu kaum
melainkan mereka yang mengubah diri mereka sendiri”

(Q.S. Ar-Ra’d: 11)

“Manusia tidak akan bisa saling memahami, jika tidak
merasakan penderitaan yang sama”

(Pain)

“This too shall pass”

(King Solomon)

LEMBAR PERSEMBAHAN

Segala puji bagi Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, karunia, kesehatan, kemudahan, serta pemahaman yang diberikan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini. Shalawat serta salam semoga senantiasa tercurah kepada Nabi Besar Muhammad SAW, beserta keluarga, sahabat, dan seluruh umat beliau hingga akhir zaman.

Keberhasilan penulisan ini tidak lepas dari bantuan beberapa pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih. Dengan penuh rasa syukur, penulis persembahkan kepada:

1. Teruntuk Ayah Karsono dan Ibu Muslihah tercinta, terima kasih atas cinta yang tak pernah berkurang, doa yang tak pernah terputus, serta pengorbanan yang tak pernah meminta balasan. Setiap langkah yang penulis tempuh hingga hari ini adalah bagian dari kasih dan perjuangan Ayah dan Ibu. Semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan rahmat, kesehatan, dan keberkahan kepada Ayah dan Ibu.
2. Teruntuk kakak-kakak tercinta, Eka Puspita Sari dan Taufik Nurrahman, terima kasih atas doa, dukungan, dan kebersamaan yang selalu menjadi penguat dalam setiap langkah penulis.
3. Teruntuk sahabat-sahabat terbaik, Agus, Akbar, Anam, Hasbur, Rifky, dan Syahrul, terima kasih telah menjadi teman seperjalanan yang menghadirkan tawa di tengah lelah, semangat di tengah keraguan, dan kenangan yang akan selalu dikenang.

4. Teruntuk almamater tercinta, terima kasih telah menjadi tempat penulis bertumbuh, belajar, dan mengukir pengalaman berharga yang akan menjadi bekal dalam menapaki masa depan.
5. Teruntuk diri sendiri, Muhammad Arifin Ilham, terima kasih karena telah memilih untuk tetap bertahan, tetap percaya, dan tetap melangkah meski jalan tidak selalu mudah. Pencapaian ini bukanlah garis akhir, melainkan langkah pertama menuju mimpi-mimpi yang lebih besar.

PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan:

1. Karya tulis skripsi saya ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik di perguruan tinggi mana pun.
2. Karya tulis ini adalah murni gagasan, rumusan dan penelitian sendiri tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan dari dosen pembimbing dan masukan tim penguji
3. Seluruh karya atau pendapat pakar atau karya yang telah dipublikasikan orang lain yang terdapat dalam karya tulis ini telah disitasi nama pengarangnya dan dicantumkan dalam daftar pustaka
4. Pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya sebagai peneliti bersedia menerima sanksi sesuai undang-undang yang berlaku.

Banjarmasin, 09 September 2026



Muhammad Arifin Ilham

NIM: 2210412210051

ABSTRAK

Muhammad Arifin Ilham, 2210412210051, 2026. Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan Merek, dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan iPhone di Kota Banjarmasin, di bawah bimbingan: Rizki Muslim Hidayat.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh secara parsial dan simultan Citra Merek, Kepercayaan Merek, dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan iPhone di Kota Banjarmasin. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode penelitian Explanatory Research. Subjek dalam penelitian ini adalah pengguna iPhone di Kota Banjarmasin dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling, dengan kriteria berusia minimal 17 tahun dan merupakan pengguna iPhone. Pengumpulan data menggunakan kuesioner dan analisis data menggunakan regresi linear berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Citra Merek, Kepercayaan Merek, dan Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan baik secara parsial maupun simultan terhadap Loyalitas Pelanggan iPhone di Kota Banjarmasin.

Kata Kunci: Citra Merek, Kepercayaan Merek, Kualitas Produk, Loyalitas Pelanggan

ABSTRACT

Muhammad Arifin Ilham, 2210412210051, 2026. *The Influence of Brand Image, Brand Trust, and Product Quality on iPhone Customer Loyalty in Banjarmasin City, under the supervision of Rizki Muslim Hidayat.*

This study aims to examine the partial and simultaneous effects of Brand Image, Brand Trust, and Product Quality on iPhone Customer Loyalty in Banjarmasin City. This study uses a quantitative approach with an Explanatory Research method. The subjects of this study were iPhone users in Banjarmasin City, with a sample of 100 respondents selected using purposive sampling, with the criteria of being at least 17 years old and an iPhone user. Data were collected using questionnaires and analyzed using multiple linear regression.

The results of the study show that Brand Image, Brand Trust, and Product Quality have a positive and significant effect, both partially and simultaneously, on iPhone Customer Loyalty in Banjarmasin City.

Keywords: *Brand Image, Brand Trust, Product Quality, Customer Loyalty*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	Error! Bookmark not defined.
SURAT TUGAS	ii
BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
MOTTO	vii
LEMBAR PERSEMBAHAN	viii
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	x
ABSTRAK	xi
ABSTRACT	xii
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	20
1.3 Tujuan Penelitian.....	20
1.4 Manfaat Penelitian.....	21
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	22
2.1 Landasan Teoritis	22
2.1.1 Pemasaran.....	22
2.1.1.1 Definisi Pemasaran	22
2.1.1.2 Definisi Bauran Pemasaran.....	23
2.1.2 Perilaku Konsumen	28
2.1.2.1 Definisi Perilaku Konsumen	28
2.1.2.2 Faktor-Faktor Perilaku Konsumen.....	30
2.1.3 Loyalitas Pelanggan	31
2.1.3.1 Definisi Loyalitas Pelanggan	31
2.1.3.2 Faktor-Faktor Loyalitas Pelanggan.....	32
2.1.3.3 Indikator Loyalitas Pelanggan	33
2.1.4 Citra Merek.....	35
2.1.4.1 Definisi Citra Merek	35
2.1.4.2 Faktor-Faktor Citra Merek.....	36
2.1.4.3 Indikator Citra Merek	37
2.1.5 Kepercayaan Merek.....	39
2.1.5.1 Definisi Kepercayaan Merek	39
2.1.5.2 Faktor-Faktor Kepercayaan Merek.....	40
2.1.5.3 Indikator Kepercayaan Merek	41
2.1.6 Kualitas Produk	42

2.1.6.1 Definisi Kualitas Produk.....	42
2.1.6.2 Dimensi Kualitas Produk.....	44
2.1.6.3 Indikator Kualitas Produk.....	45
2.2 Penelitian Terdahulu.....	47
2.3 Hipotesis dan Model Penelitian.....	54
2.3.1 Hipotesis	54
2.3.2 Model Penelitian	63
BAB III METODE PENELITIAN	65
3.1 Pendekatan Penelitian.....	65
3.2 Desain Penelitian	65
3.3 Lokasi Penelitian	66
3.4 Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling.....	66
3.5 Definisi Operasional Variabel	68
3.5.1 Variabel Independen	68
3.5.2 Variabel Dependen	72
3.6 Teknik Pengumpulan Data	76
3.7 Teknik Analisis Data	77
3.7.1 Skala Pengukuran	77
3.7.2 Statistik Deskriptif	77
3.7.3 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	78
3.7.4 Uji Asumsi Klasik.....	79
3.7.5 Analisis Regresi Linear Berganda	81
BAB IV HASIL PENELITIAN.....	84
4.1 Profil Responden	84
4.1.1 Berdasarkan Jenis Kelamin.....	84
4.1.2 Berdasarkan Rentang Usia.....	85
4.1.3 Berdasarkan Jenis Pekerjaan.....	86
4.1.4 Berdasarkan Rentang pendapatan.....	87
4.1.5 Berdasarkan Rentang Lama Menggunakan	88
4.1.6 Berdasarkan Rentang Domisili	89
4.2 Analisis Statistik Deskriptif.....	90
4.2.1 Deskriptif Variabel Citra Merek (X1)	91
4.2.2 Deskriptif Variabel Kepercayaan Merek (X2).....	94
4.2.3 Deskriptif Variabel Kualitas Produk (X3)	96
4.2.4 Deskriptif Variabel Loyalitas Pelanggan (Y)	101
4.3 Uji Validitas dan Reliabilitas	104
4.3.1 Uji Validitas.....	104
4.3.2 Uji Reliabilitas	107
4.4 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	108
4.4.1 Hasil Uji Normalitas	108
4.4.2 Uji Heteroskedastisitas	111
4.4.3 Hasil Uji Multikolinearitas	112
4.5 Uji Analisis Regresi Linear Berganda.....	113

4.6 Hasil Uji Hipotesis	115
4.6.1 Hasil Uji t (Parsial)	115
4.6.2 Hasil Uji F (Simultan)	116
4.6.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	117
BAB V PEMBAHASAN HASIL	120
5.1 Pembahasan	120
5.1.1 Pengaruh Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan	120
5.1.2 Pengaruh Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan	121
5.1.3 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	123
5.1.4 Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan Merek, dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	124
5.2 Implikasi Hasil	126
5.3 Keterbatasan Penelitian	130
BAB VI PENUTUP	131
6.1 Kesimpulan.....	131
6.2 Saran	131
DAFTAR PUSTAKA	135
LAMPIRAN	141
BIODATA	182

DAFTAR TABEL

No	Judul	Hal
Tabel 1.2	Top Brand Indeks fase 1 2025	4
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	47
Tabel 3.1	Operasional variabel, Indikator, Item Pertanyaan.....	74
Tabel 3.2	Instrumen Skala Likert.....	77
Tabel 3.3	Rentang jawaban Responden	78
Tabel 3.4	Pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi	83
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	84
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Rentang Usia	85
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	86
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Rentang Pendapatan	87
Tabel 4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Rentang Lama Menggunakan..	88
Tabel 4.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	89
Tabel 4.7	Jawaban Responden Butir Variabel Citra Merek (X1)	91
Tabel 4.8	Jawaban Responden Butir Variabel Kepercayaan Merek (X2)	94
Tabel 4.9	Jawaban Responden Butir Variabel Kualitas Produk (X3).....	96
Tabel 4.10	Jawaban Responden Butir Variabel Loyalitas Pelanggan (Y)	101
Tabel 4.11	Hasil Uji Validitas.....	105
Tabel 4.12	Hasil Uji Reliabilitas.....	108
Tabel 4.13	Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov	110
Tabel 4.14	Hasil Uji Multikolinearitas.....	112
Tabel 4.15	Hasil Uji Analisis Linear Berganda	113
Tabel 4.16	Hasil Uji T (parsial)	115
Tabel 4.17	Hasil Uji F (simultan)	117
Tabel 4.18	Hasil Uji Koefisien Determinasi	118

DAFTAR GAMBAR

No	Judul	Hal
	Gambar 1. 1 Jumlah pengguna aktif smartphone di Indonesia	3
	Gambar 1. 2 Tingkat loyalitas pengguna smartphone.....	6
	Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas Histogram.....	109
	Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas P-Plot.....	109
	Gambar 4.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas Scatterplot	111

DAFTAR LAMPIRAN

No	Judul	Hal
Lampiran 1. 1	Kuesioner Penelitian.....	142
Lampiran 2. 1	Hasil Tabulasi Variabel Citra Merek (X1)	145
Lampiran 2. 2	Hasil Tabulasi Variabel Kepercayaan Merek (X2)	148
Lampiran 2. 3	Hasil Tabulasi Variabel Kualitas Produk (X3).....	151
Lampiran 2. 4	Hasil Tabulasi Variabel Loyalitas Pelanggan (Y)	154
Lampiran 3. 1	Hasil Output Tabel Frekuensi Profil Responden.....	158
Lampiran 3. 2	Hasil Statistik Deskriptif Variabel Citra Merek (X1).....	161
Lampiran 3. 3	Hasil Statistik Deskriptif Variabel Kepercayaan Merek (X2).....	163
Lampiran 3. 4	Hasil Statistik Deskriptif Variabel Kualitas Produk (X3)	164
Lampiran 3. 5	Hasil Statistik Deskriptif Variabel Loyalitas Pelanggan (Y).....	167
Lampiran 3. 6	Uji Validitas Citra Merek (X1).....	169
Lampiran 3. 7	Uji Validitas Kepercayaan Merek (X2).....	170
Lampiran 3. 8	Uji Validitas Kualitas Produk (X3)	170
Lampiran 3. 9	Uji Validitas Loyalitas Pelanggan (Y).....	172
Lampiran 3. 10	Uji Reliabilitas Citra Merek (X1).....	173
Lampiran 3. 11	Uji Reliabilitas Kepercayaan Merek (X2).....	174
Lampiran 3. 12	Uji Reliabilitas Kualitas Produk (X3)	175
Lampiran 3. 13	Uji Reliabilitas Loyalitas Pelanggan (Y).....	175
Lampiran 3. 14	Uji Asumsi Klasik	176
Lampiran 3. 15	Uji Regresi Linear Berganda	178
Lampiran 3. 16	Uji Hipotesis	179