

**PENGARUH *BRAND IMAGE*, *PERCEIVED VALUE*, DAN *CUSTOMER SATISFACTION* TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY* PENGGUNA PRODUK *SMARTPHONE* BEKAS INTERNASIONAL**

**JOSE TAMARIND**

1707619034



*Mencerdaskan dan  
Memartabatkan Bangsa*

**Skripsi ini disusun sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Pendidikan pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta**

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN BISNIS**

**FAKULTAS EKONOMI**

**UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA**

**2024**

**THE EFFECT OF BRAND IMAGE, PERCEIVED VALUE, AND  
CUSTOMER SATISFACTION ON CUSTOMER LOYALTY ON USED  
INTERNATIONAL SMARTPHONE USER**

**JOSE TAMARIND**

1707619034



*Mencerdaskan dan  
Memartabatkan Bangsa*

**Thesis Submitted to Fulfill the Requirements for the Bachelor's Degree in  
Business Education at the Faculty of Economics, Universitas Negeri Jakarta**

**BUSINESS EDUCATION STUDY PROGRAM**

**FACULTY OF ECONOMICS**

**UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA**

**2024**

## ABSTRAK

**Jose Tamarind, 2024: Pengaruh *Brand Image*, *Perceived Value*, dan *Customer Satisfaction* terhadap *Customer Loyalty* Pengguna Produk *Smartphone* Bekas Internasional. Skripsi, Jakarta: Program Studi S1 Pendidikan Bisnis, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta. Tim Pembimbing: Ika Febrilia, SE, M.M. & Rahmi, S.E., M.S.M.**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *brand image* dan *perceived value* sebagai variabel independen terhadap *customer loyalty* sebagai variabel dependen melalui variabel mediasi *customer satisfaction*. Pengumpulan data dilakukan dengan metode penyebaran kuesioner dengan menggunakan Google Form. Penelitian ini berhasil mengumpulkan 272 responden dari wilayah Jabodetabek, berusia 17 tahun ke atas, dan saat ini masih atau sudah menggunakan iPhone bekas internasional selama 6 bulan terakhir. *Structural Equation Model* (SEM) pada *Software* AMOS digunakan untuk mengolah dan menganalisis data yang telah dikumpulkan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *brand image* dan *perceived value* berpengaruh positif terhadap *customer satisfaction*, *brand image* dan *perceived value* berpengaruh positif terhadap *customer loyalty*, *customer satisfaction* berpengaruh terhadap *customer loyalty*, dan *brand image* dan *perceived value* berpengaruh positif terhadap *customer loyalty* melalui *customer satisfaction*.

**Kata Kunci:** *Brand Image*, *Perceived Value*, *Customer Satisfaction*, *Customer Loyalty*, iPhone Bekas International

## **ABSTRACT**

**Jose Tamarind, 2024: *The Effect Of Brand Image, Perceived Value, And Customer Satisfaction On Customer Loyalty On Used International Smartphone User. Thesis, Jakarta: Bachelor's Degree Business Education, Faculty of Economics, Universitas Negeri Jakarta. Supervisors: Ika Febrilia, SE, M.M. & Rahmi, S.E., M.S.M.***

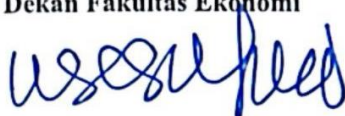
*This research has purpose to determine influence of brand image and perceived value as independent variables on customer loyalty as dependent variable through mediating variable of customer satisfaction. The data collected using the method of distributing questionnaires by using Google Form. This research managed to collect 272 respondents from Jabodetabek area, aged 17 years or older, and currently still using or already using a used international iPhone for the last 6 months. Structural Equation Model (SEM) on AMOS Software is used to process and analyze the data that has been collected. The results of this study indicate that brand image and perceived value has positive effect on customer satisfaction, brand image and perceived value has positive effect on customer loyalty, customer satisfaction affects customer loyalty, and brand image and perceived value has positive effect on customer satisfaction through customer satisfaction.*

**Keywords:** *Brand Image, Perceived Value, Customer Satisfaction, Customer Loyalty, Used International iPhone*





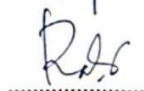
## LEMBAR PENGESAHAN

### LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

PenanggungJawab  
Dekan Fakultas Ekonomi



Prof. Usep Suhud, M.Si., Ph.D  
NIP 197002122008121001

No	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1	Nadya Fadillah Fidhyallah, M.Pd NIP. 199302202019032022 (Ketua Sidang)		22-07-2024
2	Annisa Lutfia, S.Pd., M.Pd NIP. 198802142022032001 (Penguji Ahli 1)		22-07-2024
3	Daru Putri Kusumaningtyas, S.E, M.Han NIP. 199504122023212041 (Penguji Ahli 2)		22-07-2024
4	Ika Febrilia, SE, M.M. NIP. 198702092015042001 (Pembimbing 1)		22-07-2024
5	Rahmi, S.E., M.S.M. NIP. 198305012018032001 (Pembimbing 2)		22-07-2024

Nama : Jose Tamarind  
No. Registrasi : 1707619034  
Program Studi : S1 Pendidikan Bisnis 2019  
Tanggal Lulus : 13 Juni 2024

Catatan : - diketik dengan huruf times new roman ukuran 12  
- dibuat rangkap lima tanda tangan asli dengan bolpoint warna biru

## LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini merupakan karya asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana, baik di Universitas Negeri Jakarta maupun di Perguruan Tinggi lainnya.
2. Skripsi ini belum dipublikasikan, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, 28 Juli 2024

Yang Membuat Pernyataan,

A handwritten signature in black ink is written over a rectangular orange stamp. The stamp is a 'Meterai Tempel' (adhesive stamp) with a value of 1000 Rupiah. It features the Garuda Pancasila emblem and the text '1000', 'METERAI TEMPEL', and the alphanumeric code '5A545AJX017204510'.

Jose Tamarind

NIM. 1707619034



## KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Tuhan Yang Maha Kuasa atas berkah rahmat, karunia, dan petunjuk-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Brand Image*, *Perceived Value*, dan *Customer Satisfaction* terhadap *Customer Loyalty* Pengguna *Smartphone* Bekas Internasional” dengan baik dan tuntas.

Penulis sangat bersyukur karena skripsi ini telah selesai yang mana pada penyusunan skripsi ini telah melalui berbagai dinamika. Skripsi ini dapat selesai berkat bantuan serta dukungan dari berbagai pihak yang telah memantu penulis agar dapat menyelesaikan skripsi ini yang mana menjadi salah satu syarat kelulusan dari Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta. Untuk itu penulis berkenan untuk mengucapkan terima kasih kepada:

1. Tuhan Yang Maha kuasa, yang telah memberikan kekuatan serta kesabaran pada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
2. Nadya Fadillah Fidhyallah, M.Pd., selaku Koordinator Program Studi Pendidikan Bisnis. Terima kasih kepada Bu Nadya karena selalu memberi dukungan kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
3. Ika Febrilia SE. M.M., dan Rahmi S.E., M.S.M., selaku Dosen Pembimbing 1 dan 2 skripsi yang telah membimbing dengan tulus, sabar, dan pengertian atas bimbingan yang telah diberikan serta pengetahuan dan dukungan untuk penulis agar bisa menyelesaikan skripsi ini. Saya mengucapkan terima kasih yang tak terhingga pada Bu Ika dan Bu Rahmi atas bimbingannya selama ini, semoga ibu selalu berbahagia dan sehat selalu.
4. Orang tua dan keluarga yang selalu memberikan doa, dukungan, dan motivasi untuk menyelesaikan skripsi ini
5. Sahabat dan teman yang telah menemani peneliti dalam proses penyusunan skripsi

Peneliti menyadari bahwa terdapat kekurangan serta keterbatasan dalam penyusunan skripsi ini. Untuk itu peneliti membuka pintu kritik dan saran selebar-

lebarnya sehingga peneliti dapat memperbaiki kesalahan nantinya. Peneliti juga berharap Hasil Skripsi ini dapat memberikan manfaat pada pembaca, serta dapat berkontribusi dalam perkembangan ilmu pengetahuan di seluruh dunia.

Bekasi, 7 Juli 2024



Jose Tamarind

NIM. 1707619034

