

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP
LOYALITAS MEREK DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI
MEDIASI
(Studi pada Pelanggan *Smartphone* Samsung)**

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Mencapai
Derajat Sarjana Manajemen



Oleh:

Tya Imania Azis

202110160311027

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG**

2025

LEMBAR PERSETUJUAN

SKRIPSI

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP LOYALITAS MEREK DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI MEDIASI

(Studi Pada Pengguna Smartphone Samsung)

Oleh:


TYA IAMANIA AZIS

202110160311027

Malang, 19 Mei 2025

Telah disetujui oleh :

Pembimbing 1


(Dr. Rohmat Dwi Jatmiko, M.M)

Pembimbing 2


(Dr. Yulist Rima Fiandari, S.P., M.M)

SKRIPSI

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK
TERHADAP LOYALITAS MEREK DENGAN KEPUASAN PELANGGAN
SEBAGAI MEDIASI
(Studi pada Pelanggan Smartphone Samsung)**

Oleh :

Tya Imania Azis
202110160311027

Diterima dan disetujui
pada tanggal 24 Juni 2025

Pembimbing I,

Pembimbing II,

Dr. Rohmat Dwi Jatmiko, M.M.

Dr. Yulist Rima Fiandari, S.P., M.M.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,

Ketua Program Studi,



Prof. Dr. Idah Zuhroh, M.M.

Dr. Nurul Asfiah, M.M.

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK
TERHADAP LOYALITAS MEREK DENGAN KEPUASAN PELANGGAN
SEBAGAI MEDIASI
(Studi pada Pelanggan Smartphone Samsung)**

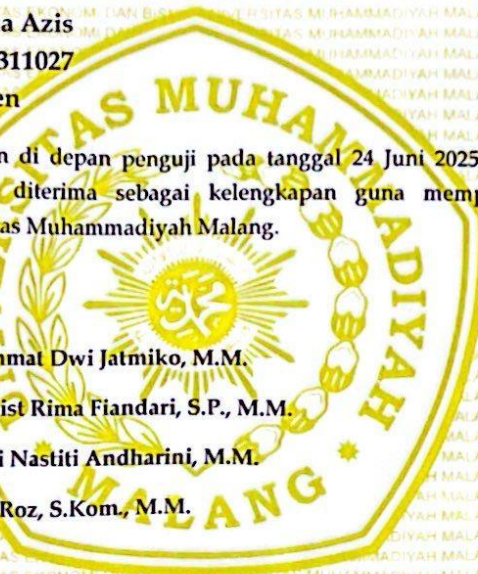
Yang disiapkan dan disusun oleh :

Nama : Tya Imania Azis
NIM : 202110160311027
Jurusan : Manajemen

Telah dipertahankan di depan penguji pada tanggal 24 Juni 2025 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Universitas Muhammadiyah Malang.

Susunan Tim Penguji:

- Pembimbing I : Dr. Rohmat Dwi Jatmiko, M.M.
- Pembimbing II : Dr. Yulist Rima Fiandari, S.P., M.M.
- Penguji I : Dra. Sri Nastiti Andharini, M.M.
- Penguji II : Kenny Roz, S.Kom., M.M.



1. *Jame*
2. *[Signature]*
3. *[Signature]*
4. *[Signature]*

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,

Ketua Program Studi,



Prof. Dr. Idah Zuhroh, M.M.



Dr. Nurul Asfiah, M.M.

PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan dibawah ini, saya:

Nama : Tya Imania Azis
NIM : 202110160311027
Program studi : Manajemen
Surel : tyaimania07@gmail.com

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini adalah asli dan benar-benar hasil karya sendiri, baik sebagian maupun keseluruhan, bukan hasil karya orang lain dengan mengatasnamakan saya, serta bukan merupakan hasil penjiplakan (*plagiarism*) dari hasil karya orang lain;
2. Karya dan pendapat orang lain yang dijadikan sebagai bahan rujukan (referensi) dalam skripsi ini, secara tertulis dan secara jelas dicantumkan sebagai bahan/sumber acuan dengan menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan di daftar pustaka sesuai dengan ketentuan penulisan ilmiah yang berlaku;
3. Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan atau ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademis dan sanksi-sanksi lainnya yang sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Malang, (12, Juli, 2025)

Yang Membuat Pernyataan,



(Tya Imania Azis)

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP
LOYALITAS MEREK DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI
MEDIASI**

(Studi pada Pelanggan *Smartphone* Samsung)

Tya Imania Azis¹, Rohmat Dwi Jatmiko², Yulist Rima Fiandari³

Program Studi Manajemen, Universitas Muhammadiyah Malang, Indonesia

E-mail: tyaimania07@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh kualitas produk dan citra merek terhadap loyalitas merek dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi pada pelanggan *smartphone* Samsung. Sampel sebanyak 246 responden dipilih menggunakan teknik purposive sampling dengan kriteria responden berdomisili di Kota Malang dan telah membeli *smartphone* Samsung di toko Meteor Cell atau Erafone pada bulan April sampai dengan Juni 2025. Hasil analisis menunjukkan bahwa kualitas produk dan citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas merek, serta kepuasan pelanggan mampu memediasi hubungan tersebut. Penelitian ini dapat menjadi bahan evaluasi bagi Samsung dalam meningkatkan kualitas produk dan citra merek guna memperkuat kepuasan dan loyalitas pelanggan.

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

***THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY AND BRAND IMAGE ON
BRAND LOYALTY WITH CUSTOMER SATISFACTION AS A MEDIATING
VARIABLE***

(A Study on Samsung Smartphone Customers)

Tya Imania Azis¹, Rohmat Dwi Jatmiko², Yulist Rima Fiandari³

Management Departement, University of Muhammadiyah Malang, Indonesia

E-mail: tyaimania07@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to examine the influence of product quality and brand image on brand loyalty, with customer satisfaction as a mediating variable among Samsung smartphone customers. A total of 246 respondents were selected using purposive sampling with specific criteria: respondents must reside in Malang City and have purchased a Samsung smartphone from Meteor Cell or Erafone stores during the period of April to June 2025. The analysis results show that both product quality and brand image have a positive and significant effect on brand loyalty, and customer satisfaction is able to mediate these relationships. This research can serve as an evaluation material for Samsung to improve product quality and brand image in order to strengthen customer satisfaction and loyalty.

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

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya. Sholawat serta salam senantiasa tercurah kepada Nabi Muhammad SAW. Berkat karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Loyalitas Merek dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Mediasi (Studi pada Pelanggan Smartphone Samsung)”**. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat dalam meraih gelar Sarjana Manajemen di Universitas Muhammadiyah Malang. Penulis menyadari bahwa dalam proses penyusunan skripsi ini masih terdapat berbagai keterbatasan dan kekurangan. Namun, berkat bantuan dan dukungan dari berbagai pihak, keterbatasan tersebut dapat diminimalisir. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Dr. Nazaruddin Malik, S.E., M.Si. selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Malang.
2. Prof. Dr. Idah Zuhroh, M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang.
3. Dr. Nurul Asfiah, M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang
4. Dr. Rohmat Dwi Jatmiko, M.M. selaku dosen pembimbing I yang telah bersedia membimbing, dan meluangkan waktunya untuk memberikan arahan, dan petunjuk yang sangat bermanfaat guna penyusunan skripsi ini.
5. Dr. Yulist Rima Fiandari S.P., M.M. selaku dosen pembimbing II yang telah bersedia membimbing, dan meluangkan waktunya untuk memberikan arahan yang bermanfaat guna penyusunan skripsi ini.
6. Dr. Titiek Ambarwati, M.M. selaku dosen wali Manajemen A angkatan 2021, yang bersedia membimbing dan selalu memberi informasi selama masa perkuliahan hingga akhir perkuliahan saat ini.
7. Seluruh Bapak/Ibu Dosen Program Studi Manajemen lainnya yang telah memberikan pengetahuan yang sangat bermanfaat selama masa perkuliahan hingga akhir penyusunan skripsi ini.

8. Kepada kedua orang tua saya yaitu ayah tercinta Abdul Azis dan ibu tercinta Sudartik, yang selalu memberikan doa, cinta, dukungan, semangat, dan atas rezeki yang selalu di usahakan. Terima kasih karena sudah mengusahakan penulis hingga menempuh sarjana di perguruan tinggi. Kerja keras, harapan, dan dukungannya adalah motivasi terbesar yang membuat penulis mampu bertahan hingga titik ini.
9. Kepada abang Lucky al, mba Ayu, dan kedua keponakan penulis Fathian dan Hisyam, yang telah meberi semangat, memberikan doa dan dukungan penuh kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini tepat waktu.
10. Kepada Frk yang selalu menemani penulis dalam keadaan senang, maupun susah, yang selalu mengusahakan penulis untuk tetap semangat mengerjakan skripsi, menjadi teman setia penulis selama di Malang, sampai dengan masa penulisan skripsi ini, dan dukungan selama proses panjang penyusunan skripsi ini sampai akhir.
11. Kepada sahabat yang selalu menemani, dan membantu penulis selama masa perkuliahan, menjadi keluarga kedua diperantauan, dan selalu memberi semangat dalam penulisan skripsi ini: Miranda, Arsy, Lia, Astin, Hilel, Helbi, dan Abel.
12. Kepada sahabat Mulai SMP hingga saat ini yang selalu memberi semangat, doa dan dukungan kepada penulis selama pengerjaan skripsi ini: Zalzha, Shinta, dan Wulan.
13. Kepada teman baru penulis yang selalu memberi semangat, dan membantu memberi arahan jika terdapat kesalahan dalam penulisan skripsi ini, Anggun teman satu bimbingan dengan kedua dosen pembimbing yang sama.
14. Tya Imania Azis, diri saya sendiri. Terima kasih sudah berjuang sampai di titik ini, sudah mengusahakan kewajiban, membanggakan kedua orang tau, dan keluarga, sudah membuktikan bahwa bisa berdiri dan berada diposisi saat ini, terus belajar, memilih untuk terus melangkah meski sempat lelah, bingung, dan ingin menyerah.

15. Pelanggan yang telah membantu dan memberikan bahan analisis serta manajemen erafone, dan meteor cell yang telah memberikan izin kepada penulis untuk meneliti langsung.
16. Terakhir, untuk seluruh rekan-rekan dan kerabat penulis yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu. Terima kasih selalu mendukung dan menguatkan serta mendoakan penulis dalam penyusunan skripsi ini dari awal hingga akhir. Kepada mereka semua, ungkapan terima kasih dan doa tulus yang dapat penulis persembahkan. Penulis sangat menerima kritik dan saran yang membangun untuk penyempurnaan penulisan di kemudian hari. Semoga skripsi yang disusun penulis dapat bermanfaat. Akhir kata penulis mengucapkan terima kasih dan salam sejahtera untuk kita semua.



Malang 19 Mei 2025

Tya Imania Azis

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN.....	i
PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
SERTIFIKAT CEK PLAGIASI.....	v
ABSTRAK	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Problem Statement	5
1.3 Rumusan Masalah	5
1.4 Tujuan Penelitian	6
1.5 Manfaat Penelitian	6
BAB II KAJIAN PUSTAKA	8
2.1 Penelitian Terdahulu	8
2.2 Landasan Teori.....	15
2.3 Kerangka Berfikir.....	27
2.4 Hipotesis.....	27
BAB III METODE PENELITIAN.....	31
3.1 Lokasi Penelitian.....	31
3.2 Jenis Penelitian.....	31
3.3 Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel	31
3.4 Definisi Oprasional Variabel	33
3.5 Data dan Sumber Data	36
3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	36
3.7 Teknik Pengukuran Variabel	36
3.8 Uji Instrumen	37
3.9 Teknik Analisis Data.....	38
3.10 Uji Asumsi Klasik.....	40
3.11 Uji Hipotesis	41

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	44
4.1 Deskripsi Data.....	44
4.2 Uji Instrumen	54
4.3 Analisis Regresi Mediasi.....	56
4.4 Uji Asumsi Klasik.....	59
4.5 Uji Hipotesis	61
4.6 Pembahasan.....	62
BAB V KESIMPULAN.....	76
5.1 Simpulan	76
5.2 Implikasi Penelitian.....	77
5.3 Keterbatasan Penelitian.....	78
DAFTAR PUSTAKA.....	79
LAMPIRAN.....	81
Lampiran 1 Kuesioner.....	81
Lampiran 1 Tabulasi Data.....	85
Lampiran 3 Output SPSS Uji Validitas.....	130
Lampiran 4 Output SPSS Uji Reliabilitas.....	137
Lampiran 5 Output SPSS Uji Mediation Regression Analysis.....	138
Lampiran 6 Output SPSS Uji Asumsi Klasik	139
Lampiran 7 Hasil Uji Sobel.....	141

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Keunggulan Merek <i>Smartphone</i>	3
Tabel 2. Penelitian Terdahulu	8
Tabel 3. Definisi Operasional Variabel.....	34
Tabel 4. Skala Likert.....	37
Tabel 5. Rentang Skala	38
Tabel 6. Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	44
Tabel 7. Jumlah Responden Berdasarkan Usia.....	44
Tabel 8. Jumlah Responden Berdasarkan Status Sosial.....	45
Tabel 9. Jumlah Responden Berdasarkan Awal Mengetahui Merek Samsung.....	45
Tabel 10. Jumlah Responden Berdasarkan Awal Membeli <i>Smartphone</i> Samsung	46
Tabel 11. Jumlah Responden Berdasarkan Awal Kepemilikan <i>Smartphone</i> Selain Samsung	47
Tabel 12. Rata-rata Variabel Kualitas Produk	47
Tabel 13. Rata-rata Variabel Citra Merek.....	50
Tabel 14. Rata-rata Variabel Kepuasan Pelanggan.....	51
Tabel 15. Rata-rata Variabel Loyalitas	53
Tabel 16. Hasil Uji Validitas.....	54
Tabel 17. Hasil Uji Reliabilitas.....	56
Tabel 18. Hasil Uji Regresi Variabel Independen dan Mediasi terhadap Variabel Dependen.....	57
Tabel 19. Hasil Uji Regresi Variabel Independen terhadap Variabel Mediasi.....	57
Tabel 20. Hasil Uji Normalitas	59

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1. Grafik Penjualan <i>Smartphone</i> tahun 2023	4
Gambar 2. 1. Kerangka Berfikir.....	27
Gambar 4. 1. <i>Path analysis</i>	58
Gambar 4. 2. Uji Heteroskedastisitas.....	60
Gambar 4. 3. Uji Sobel Kualitas Produk.....	61
Gambar 4. 4. Uji Sobel Citra Merek	61



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner.....	81
Lampiran 2 Tabulasi Data.....	85
Lampiran 3 Output SPSS Uji Validitas.....	130
Lampiran 4 Output SPSS Uji Reliabilitas.....	137
Lampiran 5 Output SPSS Uji Mediation Regression Analysis.....	138
Lampiran 6 Output SPSS Uji Asumsi Klasik	139
Lampiran 7 Hasil Uji Sobel.....	141



DAFTAR PUSTAKA

- [1] D. Suryadi, “Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Smartphone Iphone (Studi Kasus Pada Mahasiswa Upi),” 2024, doi: 10.62769/jubiko.
- [2] C. Tjiptono, *Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan, Dan Penelitian*. Yogyakarta: Andi Offset, 2016.
- [3] T. H. , & S. I. P. G. Alfareza, “Peran Kepuasan Memediasi Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Merek,” *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 2024.
- [4] D. K. Kotler, *Marketing Management*, 15th ed. England: Pearson Education, 2016.
- [5] F. N. Alfiyah, “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Customer Loyalty Dengan Customer Satisfaction Sebagai Variabel Mediasi,” *Jurnal Manajemen Dan Inovasi (Manova)*, 2024.
- [6] S. Rahmadhani, F. Ayu Nofirda, and U. Muhammadiyah Riau, “Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Merek Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Mediasi (Studi Pada Merek Apple),” 2022.
- [7] D. A. Kotler, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, 13th ed. Erlangga, 2016.
- [8] N. Melky Gultom, “Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Konsumen Smartphone Samsung di Semarang,” 2020.
- [9] Ester Ester, Cindy Tandela, Fitria Halim, and Tya Wildana Hapsari Lubis, “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan,” *Jurnal Wira Ekonomi Mikroskil*, vol. 15, no. 1, pp. 39–53, Apr. 2025, doi: 10.55601/jwem.v15i1.1612.
- [10] P. N. M. Elsa Dwi Amalia, “Citra Merek, Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Smartphone Iphone The Influence Of Brand Image, Product Quality, Price, And Promotion On Customer Loyalty Through Customer Satisfaction Smartphone Iphone,” 2022.
- [11] C. K. E. U. H. T. A. Danang Wahyudi, “Peran Kepuasan Pelanggan Dalam Memediasi Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen,” *Seminar Nasional Hasil Riset*, p. 2022, 2022.
- [12] R. Freddy, *Analisis Swot: Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: Pt Gramedia Pustaka Utama, 2014.
- [13] D. Durianto, *Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuitas Dan Perilaku Merek*. Jakarta: Pt Gramedia Pustaka Utama, 2012.
- [14] J. Griffin, *Menumbuhkan & Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*. Jakarta: Erlangga , 2015.
- [15] M. , & Z. S. Bahrudin, “Pengaruh Kepercayaan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan,” *urnal Bisnis Dan Manajemen Islam*, 2016.
- [16] R. L. Oliver, *Satisfaction A Behavioral Perspective on the Consumer*, 2nd ed. New York : Routledge Taylor & Francis Group, 2015.

- [17] R. Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat, 2014.
- [18] L. G. , D. W. J. L. Schiffman, *Consumer Behavior, Eleventh Edition*. England: Pearson Education, 2015.
- [19] E. M. & S. Sangadji, “Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian,” Yogyakarta: Cv. Andi Offset, 2013.
- [20] D. Aaker, *Manajemen Ekuitas Merek*. Jakarta: Mitra Utama, 2015.
- [21] A. Hasan, *Marketing Dan Kasus-Kasus Pilihan*. Yogyakarta: Caps. Yogyakarta, 2014.
- [22] H. Rahayu and F. Slamet, “Pengaruh Kepuasan Pelanggan Sebagai Mediator Antara Ekuitas Merek dan Loyalitas Merek Apple,” vol. 06, no. 03, pp. 781–792, 2024.
- [23] R. Charlina Gunawan and R. Friska BSiahaan, “Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Brand Ambassador, Brand Trust Terhadap Loyalitas Merek Smartphone Vivo di Medan,” *Jurnal Ilmu Manajemen dan Kewirausahaan*, 2024, [Online]. Available: <http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/JUMANAGE>
- [24] D. A. Purwanti and H. Aribowo, “Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Penjualan Smartphone Iphone di Pstore Kota Surabaya,” *Neraca Manajemen, Ekonomi*, vol. 8, 2024, doi: 10.8734/mnmae.v1i2.359.
- [25] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Cv. Alfabeta, 2019.
- [26] S. , H. J. D. W. , K. J. , L. S. K. Lemeshow, *Besar Sampel Dalam Penelitian Kesehatan*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 1997.
- [27] L. Cohen, *Research Methods In Education (6th Ed)*. Routledge, 2007.
- [28] Priyono, *Metode Penelitian Kuantitatif*. Sidoarjo: Zifatama Publishing, 2008.
- [29] S. Jonathan, *Metode Penelitian Kuantitatif & Kualitatif*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2006.
- [30] A. Tanzeh, *Metodologi Penelitian Praktis*. Yogyakarta: Teras, 2011.
- [31] C. R. Kothari, *Methods And Techniques, Second Revised Edition*. New Delhi: New Age International (P) Ltd., Publishers, 2004.
- [32] Salim. Syahrums, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Bandung : Cipta Pustaka, 2012.
- [33] A. Sanusi, *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta: Penerbit Salemba. Empat, 2014.
- [34] D. E. A. K. Riduwan, *Cara Menggunakan Dan Memakai Path Analysis (Analisis Jalur)*. Bandung: Alfabeta , 2017.
- [35] I. Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Ibm Spss 23 (Edisi 8)*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro , 2016.
- [36] I. Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2018.
- [37] Kuncoro, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Erlangga, Jakarta, 2013.

SERTIFIKAT CEK PLAGIASI



Lembaga Informasi dan Publikasi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Malang
Tanda Terima Cek Plagiasi

Tanggal : 20/5/2025

Kode : 2680418434
Nama : Tya Imania Azis
NIM : 202110160311027
Prodi : Manajemen
Judul Penelitian : Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Merek Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Mediasi (Studi Pada Pengguna Smartphone Samsung)
Persentase Plagiasi : 4%
Keterangan : LULUS

Kepala LIP



Rinaldy Achmad Roberth Fathoni, S.AB., M.M

MALANG