



**PENGARUH KUALITAS PRODUK IPHONE TERHADAP  
TINGKAT LOYALITAS PELANGGAN**

**LAPORAN SKRIPSI**

**Vinky Deviani Sugiarto**

**44321010002**

**UNIVERSITAS  
MERCU BUANA**

**PROGRAM STUDI ADVERTISING & MARKETING  
COMMUNICATION**

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**

**UNIVERSITAS MERCU BUANA JAKARTA**

**2025**

## HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Vinky Deviani Sugiarto  
NIM : 44321010002  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Laporan Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk iPhone  
Terhadap Tingkat Loyalitas Pelanggan

Menyatakan bahwa Laporan Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan bukan plagiat, serta semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila ternyata ditemukan di dalam Laporan Skripsi saya terdapat unsur plagiat, maka saya siap mendapatkan sanksi akademis yang berlaku di Universitas Mercu Buana.

Jakarta, 19 Februari 2025



62C72AMX155023365  
Vinky Deviani Sugiarto

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Vinky Deviani Sugiarto  
NIM : 44321010002  
Program Studi : Ilmu Komunikasi Judul  
Laporan Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk  
iPhone Terhadap Tingkat Loyalitas Pelanggan

Telah berhasil dipertahankan pada sidang di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata 1 pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Disahkan oleh:

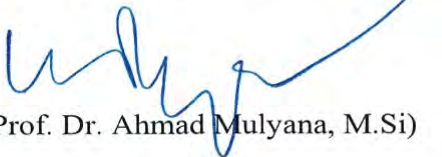
|               |                                      |                                                                                           |
|---------------|--------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------|
| Pembimbing 1  | : Dr. Farid Hamid Umarella M,Si      | (  )  |
| NIDN          | : 0301117301                         |                                                                                           |
| Ketua Penguji | : Dr. A Rahman HI, M.Si              | (  ) |
| NIDN          | : 0330126403                         |                                                                                           |
| Penguji Ahli  | : Wiyanto Hidayatullah S.Ikom M.Ikom | (  ) |
| NIDN          | : 0330019002                         |                                                                                           |

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

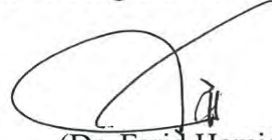
Jakarta, 19 Februari 2025

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

  
(Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si)

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

  
(Dr. Farid Hamid, M.Si)

## HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Universitas Mercu Buana, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Vinky Deviani Sugiarto  
NIM : 44321010002  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Laporan Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk iPhone Terhadap Tingkat Loyalitas Pelanggan

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, dengan ini memberikan izin dan menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Mercu Buana **Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif** (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul di atas beserta perangkat yang ada (jika diperlukan).

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Universitas Mercu Buana berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Laporan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 19 Februari 2025

Yang menyatakan,

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA



Vinky Deviani Sugiarto

Nama : Vinky Deviani Sugiarto

NIM : 44321010002

Program Studi : Advertising & Marketing Communication

Judul Laporan Skripsi : *Pengaruh Kualitas Produk iPhone terhadap Loyalitas Pelanggan*

Pembimbing : Dr. Farid Hamid M,Si

### ABSTRAK

Kegiatan manusia sehari-hari di era modern saat ini, perkembangan teknologi menjadi suatu hal yang tidak bisa terlepas dari kehidupan manusia, salah satunya smartphone iPhone. Kualitas iPhone yang baik maka akan mendapatkan perhatian calon konsumen sehingga berpuluh menjadi pelanggan yang loyal. Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan seberapa besar pengaruh kualitas produk iPhone terhadap Loyalitas Pelanggan.

Pada penelitian ini menggunakan metode pendekatan kuantitatif dengan metode survey pada Mahasiswa/I Universitas Mercu Buana sebanyak 318 orang dengan sampel 80 orang. Penelitian ini menggunakan metode non-probability sampling yaitu Teknik penarikan sample purposive sampling dengan menggunakan rumus Slovin. Teknik analisis data yang digunakan penelitian ini adalah analisis koefisien korelasi, analisis koefisien determinasi, analisis regresi linear sederhana dan uji hipotesis (uji t) melalui SPSS 30.

Hasil penelitian ini berkaitan dengan teori S-O-R dan menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas produk iPhone terhadap loyalitas pelanggan, hasil uji koefisien korelasi sebesar 0,805 berarti adanya pengaruh yang sangat kuat antara variable kualitas produk dan loyalitas pelanggan. Adapun hasil uji koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,649. Ditemukan bahwa variable kualitas produk memiliki kontribusi sebesar 64,9% terhadap loyalitas pelanggan.

Disimpulkan, sebagian besar variasi dalam loyalitas pelanggan dapat dijelaskan oleh kualitas produk. Sedangkan sisanya sebesar 35,1%, dipengaruhi oleh factor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Misalnya seperti Brand Ambassador, Brand Image, dan lain lain.

**Kata Kunci : Kualitas Produk, Loyalitas Pelanggan, iPhone, Kuantitatif, S-O-R**

Name: Vinky Deviani Sugiarto

NIM : 44321010002

Study Program : Advertising & Marketing Communication

Thesis Report Title: The Effect of iPhone Product Quality on Customer Loyalty

Advisor: Dr. Farid Hamid M,Si

### ***ABSTRACT***

Daily human activities in the current modern era, technological developments have become something that cannot be separated from human life, one of which is the iPhone smartphone. A good quality iPhone will get the attention of potential consumers so that they will become loyal customers. This research aims to explain how much influence iPhone product quality has on customer loyalty.

In this research, a quantitative approach was used with a survey method among 318 Mercuru Buana University students with a sample of 80 people. This research uses a non-probability sampling method, namely a purposive sampling technique using the Slovin formula. The data analysis techniques used in this research are correlation coefficient analysis, coefficient of determination analysis, simple linear regression analysis and hypothesis testing (t test) via SPSS 30.

The results of this research are related to the S-O-R theory and show that there is a significant influence between iPhone product quality and customer loyalty. The correlation coefficient test result of 0.805 means that there is a very strong influence between product quality variables and customer loyalty. The coefficient of determination test results (R Square) were 0.649. It was found that the product quality variable contributed 64.9% to customer loyalty.

In conclusion, most of the variation in customer loyalty can be explained by product quality. Meanwhile, the remaining 35.1% was influenced by other factors not examined in this study. For example, Brand Ambassador, Brand Image, and others.

**Keywords: Product Quality, Customer Loyalty, iPhone, Quantitative, S-O-R**

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah SWT yang telah melimpahkan Rahmat, taufik, serta hidayah-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan Tugas Akhir Skripsi yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk iPhone Terhadap Tingkat Loyalitas Pelanggan” dengan baik. Tugas Akhir Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan dari Bidang Studi Advertising and Marketing Communication Program Strata Satu (S1) di Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Jakarta.

Dalam penyusunan skripsi ini peneliti menyadari bahwa penulisan ini tidak bisa terselesaikan tanpa pihak-pihak yang mendukung baik secara moril dan juga materil. Maka dengan ketulusan dan kerendahan hati, peneliti mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang berjasa dan membantu dalam penyusunan penelitian skripsi ini, terutama kepada :

1. Dr. Farid Hamid, M. Si. selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana dan dosen pembimbing yang telah memberikan tambahan ilmu, solusi atas permasalahan & kesulitan, dukungan, kritik, dan saran dalam proses penyusunan skripsi penulis sampai selesai.
2. Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana beserta jajarannya yang telah memberikan izin bagi Peneliti untuk melakukan penelitian.
3. Melly Ridaryanthi, M.Soc.Sc, Ph.D, selaku Wakil Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi sekaligus Dosen Pembimbing Akademik peneliti atas segala bimbingan dan masukan selama perkuliahan yang telah diberikan.
4. Dr. A. Rahman Hl.M,Si, selaku ketua sidang Tugas Akhir yang memberikan masukan pada skripsi ini.

5. Wiyanto Hidayatullah S.IKom, M.IKom, selaku dosen penguji sidang tugas Akhir yang memberikan masukan pada skripsi ini.
6. Ridho Azlam Ambo Asse, S.IKom., M.IKom., selaku Sekprodi dan Bidang Studi Marketing Communication & Advertising, Universitas Mercu Buana.
7. Seluruh Bapak/Ibu Dosen Fakultas Ilmu Komunikasi Bidang Studi Advertising and Marketing Communications Universitas Mercu Buana Jakarta yang telah memberikan ilmu dan pengetahuan yang sangat bermanfaat selama masa perkuliahan.
8. Gerri Nuryogo selaku tata usaha Fakultas Ilmu Komunikasi yang selalu membantu kelengkapan administrasi skripsi dari awal sampai akhir.
9. Seluruh staff Biro Kemahasiswaan Universitas Mercu Buana yang telah memberikan ilmu, dukungan, dan kesempatan bagi saya mengikuti Unit Kegiatan Mahasiswa khususnya UKK Korean Club yang mempercayakan saya menjabat sebagai ketua, sehingga bisa menjadi diri saya yang berpengalaman organisasi.
10. Teristimewa kepada Mama dan Papa yang tercinta, Mama Ismaria dan Papa Cuk Slamet Sugiarto selaku orang tua peneliti. Terimakasih atas segala doa, dukungan yang selalu memberi semangat dalam menjalani masa-masa perkuliahan dan selalu mengusahkan peneliti agar bisa S1.
11. Sahabat perkuliahan dan teman-teman seperjuangan Power Puff Gurls, Fitri Rahmadhanti, Deasy Setiasih S, Tiara Shabrina, Clarinta Nur J, dan Yholanda Mustika karena selalu mendukung satu sama lain dalam perkuliahan maupun Tugas Akhir, berbagi canda dan tawa selama perkuliahan hingga menyelesaikan skripsi ini.
12. Teman-teman Marketing Communication & Advertising yang telah memberikan dukungan dan doa kepada penulis untuk menyelesaikan Tugas Akhir ini.
13. Teman-teman seventeen, yang selama ini menemani dan memberikan support.

14. Sahabat peneliti, Yuniastin Novia A, Atika Putri R, terutama Rafilino Fazza K, walaupun berbeda universitas namun mereka menemani, mendukung, mengajari, membantu mencari Solusi atas permasalahan dalam skripsi ini.

15. Ibu Hj. Elsa Hasnani sebagai direktur Perusahaan PT. Musyaffa Cahaya Hati, yang telah memberikan dukungan dan mempercayai bahwa peneliti bisa bekerja sambil menyusun tugas akhir ini sampai selesai.

16. Kepada seluruh responden yang telah bersedia membantu dan meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner penelitian ini.

17. Terimakasih bagi semua pihak yang telah memberikan doa dan dukungan bagi peneliti dalam penyusunan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

18. Terakhir, tidak kalah penting. Terimakasih untuk diri sendiri, terimakasih diriku karena telah mempercayaku. Terimakasih diriku karena telah bekerja keras, terimakasih diriku karena tidak pernah menyerah. Terimakasih diriku karena melakukan kebenaran pada yang salah, dan berjuang selama perkuliahan. Terimakasih diriku karena tetap menjadi diriku sendiri sepanjang waktu bahkan hingga titik ini.

Dengan segala kerendahan hati, peneliti menyadari masih terdapat banyak kekurangan yang disengaja maupun tidak disengaja. Maka peneliti memohon maaf atas segala kekeliruan dalam penulisan Tugas Akhir Skripsi ini. Semoga karya ini dapat bermanfaat khususnya bagi penulis dan pembaca.

Jakarta, 30 Januari 2025

Peneliti



Vinky Deviani Sugianto

## DAFTAR ISI

|                                                               |             |
|---------------------------------------------------------------|-------------|
| <b>HALAMAN JUDUL .....</b>                                    | <b>i</b>    |
| <b>HALAMAN PERNYATAAN.....</b>                                | <b>ii</b>   |
| <b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>                                | <b>iii</b>  |
| <b>HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....</b>          | <b>iv</b>   |
| <b>ABSTRAK .....</b>                                          | <b>v</b>    |
| <b>ABSTRACT .....</b>                                         | <b>vi</b>   |
| <b>KATA PENGANTAR.....</b>                                    | <b>vii</b>  |
| <b>DAFTAR ISI.....</b>                                        | <b>x</b>    |
| <b>DAFTAR GAMBAR.....</b>                                     | <b>xiii</b> |
| <b>DAFTAR TABEL .....</b>                                     | <b>xiv</b>  |
| <b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>                                 | <b>1</b>    |
| 1.1    Latar Belakang Penelitian/Latar Belakang Masalah ..... | 1           |
| 1.2    Rumusan Masalah .....                                  | 6           |
| 1.3    Tujuan Penelitian.....                                 | 6           |
| 1.4    Manfaat Penelitian.....                                | 6           |
| 1.4.1    Manfaat Akademis .....                               | 6           |
| 1.4.2    Manfaat Praktis .....                                | 7           |
| <b>BAB II KAJIAN LITERATUR .....</b>                          | <b>8</b>    |
| 2.1    Penelitian terdahulu.....                              | 8           |
| 2.2    Kajian Teoretis/Konsep.....                            | 14          |
| 2.2.1    Komunikasi Pemasaran.....                            | 14          |
| 2.2.2    Merek .....                                          | 15          |
| 2.2.3    Teori S-O-R.....                                     | 16          |
| 2.2.4    Brand Equity .....                                   | 18          |
| 2.2.5    Kualitas Produk.....                                 | 18          |
| 2.2.6    Loyalitas Pelanggan .....                            | 20          |

|                                                                  |           |
|------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>                       | <b>22</b> |
| 3.1 Paradigma Penelitian .....                                   | 22        |
| 3.2 Metode Penelitian .....                                      | 23        |
| 3.3 Populasi dan Sampel .....                                    | 23        |
| 3.3.1 Populasi .....                                             | 23        |
| 3.3.2 Sampel .....                                               | 24        |
| 3.3.3 Teknik Penarikan Sampel .....                              | 25        |
| 3.4 Definisi Konsep dan Operasionalisasi Konsep .....            | 26        |
| 3.4.1 Definsi Konsep .....                                       | 26        |
| 3.4.2 Operasionalisasi Konsep .....                              | 30        |
| 3.5 Teknik Pengumpulan Data .....                                | 32        |
| 3.5.1 Data Primer .....                                          | 32        |
| 3.5.2 Data Sekunder .....                                        | 33        |
| 3.6 Validitas dan Reliabilitas .....                             | 33        |
| 3.6.1 Validitas .....                                            | 33        |
| 3.6.2 Reliabilitas .....                                         | 35        |
| 3.7 Teknik Analisis Data .....                                   | 36        |
| 3.7.1 Analisis Regresi dan Uji Korelasi .....                    | 37        |
| 3.7.2 Koefisien Determinasi (KD) .....                           | 39        |
| 3.7.3 Uji Hipotesis dan Hipotesis .....                          | 40        |
| <b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>              | <b>42</b> |
| 4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....                         | 42        |
| 4.1.1 Gambaran Umum Iphone .....                                 | 42        |
| 4.1.2 Gambaran Umum Fakultas Ilmu Komunikasi .....               | 43        |
| 4.2 Hasil Penelitian .....                                       | 43        |
| 4.2.1 Identitas Responden .....                                  | 44        |
| 4.2.2 Uji Validitas dan Reliabilitas .....                       | 46        |
| 4.2.3 Hasil Penelitian Variabel X (Kualitas Produk) .....        | 48        |
| 4.3 Analisis Statistik .....                                     | 72        |
| 4.3.1 Analisis Koefisien Korelasi (Product Moment Pearson) ..... | 72        |

|                                         |                                         |           |
|-----------------------------------------|-----------------------------------------|-----------|
| 4.3.2                                   | Koefisien Determinasi.....              | 73        |
| 4.3.3                                   | Analisis Regresi Linear Sederhana ..... | 74        |
| 4.3.4                                   | Uji Hipotesis (Uji T) .....             | 75        |
| 4.4                                     | Pembahasan .....                        | 75        |
| <b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b> |                                         | <b>88</b> |
| 5.1                                     | Kesimpulan.....                         | 88        |
| 5.2                                     | Saran .....                             | 89        |
| 5.2.1                                   | Saran Akademis .....                    | 89        |
| 5.2.2                                   | Saran Praktis .....                     | 89        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>             |                                         | <b>90</b> |
| <b>LAMPIRAN – LAMPIRAN.....</b>         |                                         | <b>94</b> |



## DAFTAR GAMBAR

|                                                       |   |
|-------------------------------------------------------|---|
| Gambar 1. 1 Postingan Terkait Penggunaan Iphone ..... | 3 |
| Gambar 1. 2 Responden Setia Menggunakan iPhone .....  | 5 |



## DAFTAR TABEL

|                                                                        |    |
|------------------------------------------------------------------------|----|
| Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....                                   | 10 |
| Tabel 3.1 Operasionalisasi Konsep .....                                | 30 |
| Tabel 3.2 Skala Likert .....                                           | 37 |
| Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....                    | 44 |
| Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Usia.....                              | 44 |
| Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Program Studi.....                     | 45 |
| Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Pengaruh Kualitas Produk.....            | 46 |
| Tabel 4.5 Uji Reliabilitas Pengaruh Kualitas Produk .....              | 47 |
| Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Loyalitas Pelanggan .....                | 47 |
| Tabel 4.7 Uji Reliabilitas Loyalitas Pelanggan.....                    | 47 |
| Tabel 4.8 Hasil Uji Dimensi Performance 1 .....                        | 48 |
| Tabel 4.9 Hasil Uji Dimensi Performance 2 .....                        | 49 |
| Tabel 4. 10 Hasil Uji Dimensi Performance 3 .....                      | 50 |
| Tabel 4.11 Hasil Penilaian Performance.....                            | 50 |
| Tabel 4.12 Hasil Uji Dimensi Durability 1 .....                        | 50 |
| Tabel 4.13 Hasil Uji Dimensi Durability 2 .....                        | 51 |
| Tabel 4.14 Hasil Penilaian Dimensi Durability .....                    | 52 |
| Tabel 4.15 Hasil Uji Dimensi Conformance to specifications 1.....      | 52 |
| Tabel 4.16 Hasil Uji Dimensi Conformance to specifications 2.....      | 53 |
| Tabel 4.17 Hasil Penelitian Dimensi Conformance to Specifications..... | 54 |
| Tabel 4.18 Hasil Uji Dimensi Features 1 .....                          | 54 |
| Tabel 4.19 Hasil Uji Dimensi Features 2 .....                          | 55 |
| Tabel 4.20 Hasil Uji Dimensi Features 3 .....                          | 56 |
| Tabel 4.21 Hasil Penilaian Dimensi Features .....                      | 56 |
| Tabel 4.22 Hasil Uji Dimensi Reability 1 .....                         | 57 |
| Tabel 4.23 Hasil Uji Dimensi Reability 2 .....                         | 58 |
| Tabel 4.24 Hasil Uji Dimensi Reability 3 .....                         | 58 |

|                                                                                                              |    |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Tabel 4.25 Hasil Penilaian Dimensi Reability .....                                                           | 59 |
| Tabel 4.26 Hasil Uji Dimensi Aesthetic 1 .....                                                               | 59 |
| Tabel 4.27 Hasil Uji Dimensi Aesthetic 2 .....                                                               | 60 |
| Tabel 4.28 Hasil Penilaian Dimensi Conformance to specifications .....                                       | 60 |
| Tabel 4.29 Hasil Uji Dimensi Perceived Quality 1 .....                                                       | 61 |
| Tabel 4.30 Hasil Penilaian Dimensi Perceived Quality .....                                                   | 61 |
| Tabel 4.31 Hasil Uji Dimensi Serviceability 1 .....                                                          | 62 |
| Tabel 4.32 Hasil Uji Dimensi Serviceability 2 .....                                                          | 62 |
| Tabel 4.33 Hasil Penilaian Dimensi Conformance to specifications .....                                       | 63 |
| Tabel 4.34 Hasil Uji Dimensi Suspects.....                                                                   | 64 |
| Tabel 4.35 Hasil Penilaian Dimensi Suspects.....                                                             | 64 |
| Tabel 4.36 Hasil Uji Dimensi Prospects 1 .....                                                               | 65 |
| Tabel 4.37 Hasil Uji Dimensi Prospects 2 .....                                                               | 65 |
| Tabel 4.38 Hasil Penilaian Dimensi Prospects .....                                                           | 66 |
| Tabel 4.39 Hasil Uji Dimensi Disqualified Prospects 1 .....                                                  | 66 |
| Tabel 4.40 Hasil Uji Dimensi Disqualified Prospects 2 .....                                                  | 67 |
| Tabel 4.41 Hasil Penilaian Dimensi Disqualified Prospects.....                                               | 67 |
| Tabel 4.42 Hasil Uji Dimensi First Time Customers.....                                                       | 68 |
| Tabel 4.43 Hasil Penilaian Dimensi First Time Customers .....                                                | 68 |
| Tabel 4.44 Hasil Uji Dimensi Clients 1 .....                                                                 | 69 |
| Tabel 4.45 Hasil Uji Dimensi Clients 2 .....                                                                 | 69 |
| Tabel 4.46 Hasil Penilaian Dimensi Clients .....                                                             | 70 |
| Tabel 4.47 Hasil Uji Dimensi Advocates 1.....                                                                | 70 |
| Tabel 4.48 Hasil Uji Dimensi Advocates 2.....                                                                | 71 |
| Tabel 4.49 Hasil Penilaian Dimensi Advocates .....                                                           | 71 |
| Tabel 4.50 Hasil Penilaian Dimensi Conformance to specifications .....                                       | 72 |
| Tabel 4.51 Hasil Analisis Korelasi antara variabel Pengaruh Kualitas Produk dengan Loyalitas Pelanggan ..... | 73 |
| Tabel 4.52 Hasil Koefisien Determinasi .....                                                                 | 73 |

|                                                         |    |
|---------------------------------------------------------|----|
| Tabel 4.53 Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana..... | 74 |
| Tabel 4.54 Hasil Uji Hipotesis (Uji T).....             | 75 |

