

ANALISIS *CUSTOMER LOYALTY* MELALUI *CUSTOMER SATISFACTION* BERDASARKAN *BRAND IMAGE* DAN *PRODUCT QUALITY* DENGAN DIMODERASI OLEH *SOCIAL MEDIA MARKETING* PADA SISWA SLTA PENGGUNA PRODUK *SMARTPHONE* MEREK *XIAOMI* DI KOTA TANGERANG SELATAN

DISERTASI

Ditulis Oleh:

**ARIF SIAHA WIDODO
NPM 073218024**

Diajukan Sebagai Syarat Dalam Rangka Memperoleh Gelar Doktor
Ilmu Manajemen



**PROGRAM DOKTOR ILMU MANAJEMEN
SEKOLAH PASCASARJANA
UNIVERSITAS PAKUAN
BOGOR
2024**

ANALISIS *CUSTOMER LOYALTY* MELALUI *CUSTOMER SATISFACTION* BERDASARKAN *BRAND IMAGE* DAN *PRODUCT QUALITY* DENGAN DIMODERASI OLEH *SOCIAL MEDIA MARKETING* PADA SISWA SLTA PENGGUNA PRODUK *SMARTPHONE* MEREK XIAOMI DI KOTA TANGERANG SELATAN

DISERTASI

Ditulis Oleh:

**ARIF SIAHA WIDODO
NPM 073218024**

Diajukan Sebagai Syarat Dalam Rangka Memperoleh Gelar Doktor
Ilmu Manajemen



**PROGRAM DOKTOR ILMU MANAJEMEN
SEKOLAH PASCASARJANA
UNIVERSITAS PAKUAN
BOGOR
2024**

PROGRAM DOKTOR ILMU MANAJEMEN
SEKOLAH PASCASARJANA
UNIVERSITAS PAKUAN

PENGESAHAN DISERTASI

Bogor, 8 Mei 2024

Sekolah Pascasarjana Universitas Pakuan

Doktor Yang Dipromosikan:


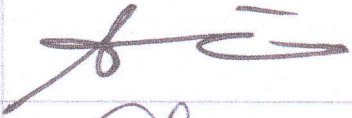

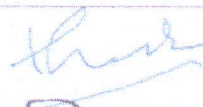
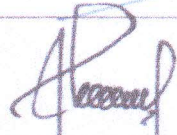
Arif Siaha Widodo

NPM 073218024

Judul Disertasi:

**ANALISIS CUSTOMER LOYALTY MELALUI CUSTOMER SATISFACTION
BERDASARKAN BRAND IMAGE DAN PRODUCT QUALITY DENGAN
DIMODERASI OLEH SOCIAL MEDIA MARKETING PADA SISWA SLTA
PENGGUNA PRODUK SMARTPHONE MEREK XIAOMI
DI KOTA TANGERANG SELATAN**

Berdasarkan hasil yudisium Ujian Tertutup Disertasi Program Doktor Ilmu Manajemen yang dilaksanakan pada tanggal 5 Maret 2024 maka Disertasi ini telah layak dan disetujui untuk dilanjutkan pada Ujian Terbuka/Promosi.

NO	TIM PROMOTOR	TANDA TANGAN
1	<u>Prof. Dr. Rer. pol. Didik Notosudjono, M.Sc.</u> Penanggungjawab/Ketua Sidang	
2	<u>Prof. Dr. Ing. Soewarto Hardhienata</u> Sekretaris Sidang	
3	<u>Prof. Dr. Hari Gursida, CA., M.M., CPA.</u> Anggota Penguji/Ketua Program Studi	
4	<u>Prof. Dr. Hamdy Hady, DEA</u> Ketua Tim Promotor	
5	<u>Dr. Hari Muharam, S.E., M.M</u> Anggota Tim Ko-Promotor	

**ANALYSIS OF CUSTOMER LOYALTY THROUGH CUSTEMER
SATISFACTION BASE ON BRAND IMAGE AND PRODUCT QUALITY
MODERARED BY SOCIAL MEDIA MARKETING AMONG HIGH SCHOOL
STUDENT USING XIAOMI BRAND SMARTPHONE PRODUT IN SOUTH
TANGERANG CITY**

ABSTRACT

Arif Siaha Widodo

N.P.M. 073218024

Building customer satisfaction and customer loyalty is currently the most important thing that companies must do amidst the emergence of new competitors in the smartphone business. Apart from that, the intensity of smartphone users in accessing social media is very high. Therefore, it is one of the marketing strategies of smartphone manufacturing companies today. using social media marketing including Xiaomi brand

This research aims to examine the influence of Brand Image and product quality on customer loyalty through customer satisfaction moderated by social media marketing. The approach used in this research is a quantitative approach. The sample used in this research was high school students using Xiaomi brand smartphones in South Tangerang City, totaling 388 respondents. Research data was obtained from the results of filling out a questionnaire and analyzed using the SEM analysis method technique with the help of the Lisrel program.

The results of this research show that (1) Brand Image influences customer satisfaction; (2) product quality influences customer satisfaction; (3) Brand image and product quality simultaneously influence customer satisfaction (4) Brand Image influences customer loyalty; (5) product quality influences customer loyalty; (6) customer satisfaction influences customer loyalty; (7) Brand Image, product quality and customer satisfaction simultaneously influence customer loyalty; (8) Social media marketing can strengthen the influence of brand image on customer loyalty, (9) Social media marketing does not strengthen the influence of product quality on customer loyalty (10) Social media marketing can strengthen the influence of customer satisfaction on customer loyalty

Keywords: Brand Image, product quality, customer satisfaction, customer loyalty, and social media marketing

**ANALISIS *CUSTOMER LOYALTY* MELALUI *CUSTOMER*
SATISFACTION BERDASARKAN *BRAND IMAGE* DAN *PRODUCT*
QUALITY DENGAN DIMODERASI OLEH *SOCIAL MEDIA MARKETING*
PADA SISWA SLTA PENGGUNA PRODUK *SMARTPHONE* MEREK
XIAOMI DI KOTA TANGERANG SELATAN**

ABSTRAK

Arif Siaha Widodo

N.P.M. 073218024

Membangun *customer satisfaction* dan *customer loyalty* saat ini adalah hal terpenting yang harus dilakukan oleh perusahaan di tengah bermunculannya pesaing-pesaing baru dalam bisnis *smartphone*. Selain itu intensitas pengguna *smartphone* dalam mengakses *social media* sangat tinggi. Oleh karenanya salah satu strategi pemasarannya perusahaan produsen *smartphone* saat ini menggunakan *social media marketing* termasuk *smartphone* merek Xiaomi.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh *brand image* dan *product quality* terhadap *customer loyalty* melalui *customer satisfaction* dengan dimoderasi oleh *social media marketing*. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah siswa SLTA pengguna *smartphone* merek Xiaomi di Kota Tangerang Selatan yang berjumlah 388 responden. Data penelitian diperoleh dari hasil pengisian kuesioner dan dianalisis dengan menggunakan teknik metode analisis SEM dengan bantuan program Lisrel.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) *Brand image* berpengaruh terhadap *customer satisfaction*; (2) *Product quality* berpengaruh terhadap *customer satisfaction*; (3) *Brand image* dan *product quality* secara simultan berpengaruh terhadap *customer satisfaction* (4) *Brand image* berpengaruh terhadap *customer loyalty*; (5) *Product quality* berpengaruh terhadap *customer loyalty*; (6) *customer satisfaction* berpengaruh terhadap *customer loyalty*; (7) *Brand Image*, *product quality* dan *customer satisfaction* berpengaruh secara simultan terhadap *customer loyalty*; (8) *Social media marketing* dapat memperkuat pengaruh *brand image* terhadap *customer loyalty*, (9) *Social media marketing* tidak memperkuat pengaruh *product quality* terhadap *customer loyalty* (10) *Social media marketing* dapat memperkuat pengaruh *customer satisfaction* terhadap *customer loyalty*

Kata kunci: *Brand Image*, *product quality*, *customer satisfaction*, *customer loyalty*, dan *social media marketing*