

**PERAN MEDIATOR CITRA MEREK DALAM PENGARUH PENGETAHUAN  
PRODUK TERHADAP LOYALITAS MEREK: STUDI TENTANG MEREK  
PONSEL REALME DI INDONESIA**

**Skripsi**

**Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan mencapai Derajat Sarjana Manajemen**

**(S1) Pada Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis dan  
Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta**



**Disusun oleh :**

**Kevin Candra Putra**

**220326775**

**DEPARTEMEN MANAJEMEN  
FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA  
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

**2026**

**SKRIPSI**

**PERAN MEDIATOR CITRA MEREK DALAM PENGARUH  
PENGETAHUAN PRODUK TERHADAP LOYALITAS MEREK: STUDI  
TENTANG MEREK PONSEL REALME DI INDONESIA**

**Disusun oleh:**

**Kevin Candra Putra**

**NPM: 220326775**



**Telah dibaca dan disetujui oleh:**

**Pembimbing**

**Oscar Christmadian Noventa, S.E., M.Sc.**

**13 Juli 2026**

**SKRIPSI**

**PERAN MEDIATOR CITRA MEREK DALAM PENGARUH  
PENGETAHUAN PRODUK TERHADAP LOYALITAS MEREK: STUDI  
TENTANG MEREK PONSEL REALME DI INDONESIA**

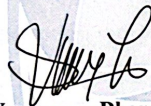
Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Kevin Candra Putra  
NPM: 220326775

Telah dipertahankan di depan Panitia Penguji pada tanggal 1 Juli 2026 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai salah satu persyaratan untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen (S1) Program Studi Manajemen

**SUSUNAN PANITIA PENGUJI**

**Ketua Panitia Penguji**



Vonezyo Yupanzara Dharomesz, SE.,  
MBA.

**Anggota Panitia Penguji**



Api Adyantari, SA., MBA.



Oscar Chrismadian Noventa, S.E., M.Sc.

Yogyakarta, 13 Juli 2026

Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika  
Universitas Atma Jaya Yogyakarta



Wenefrida Maheswari Novlandra Krisjanti, SE., M.Sc.IB., Ph.D.

## HALAMAN PERNYATAAN

Saya yang bertanda di bawah ini dengan sesungguhnya menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

**Peran Mediator Citra Merek dalam Pengaruh Pengetahuan Produk terhadap Loyalitas**

**Merek: Studi tentang Merek Ponsel Realme di Indonesia**

Merupakan hasil karya yang ditulis oleh saya sendiri baik pernyataan, ide, kutipan langsung maupun tidak langsung yang bersumber dari tulisan atau ide orang lain akan dinyatakan secara tertulis dalam skripsi penelitian ini pada daftar pustaka. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa saya melakukan plagiasi baik Sebagian maupun keseluruhan dalam skripsi ini maka gelar dan ijazah yang saya peroleh dinyatakan batal dan saya akan mengembalikan pada Universitas Atma Jaya

Yogyakarta, 8 Juni 2026  
yang menyatakan



Kevin Candra Putra

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yesus Kristus atas berkat, penyertaan, dan kasih karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Peran Mediator Citra Merek dalam Pengaruh Pengetahuan Produk terhadap Loyalitas Merek: Studi tentang Merek Ponsel Realme di Indonesia”** Skripsi ini disusun sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S1) pada Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Penulis menyadari bahwa proses penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, dukungan, bimbingan, serta doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan penghargaan dan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

- Tuhan Yesus Kristus yang senantiasa memberikan kesehatan, kekuatan, serta penyertaan kepada penulis selama proses penyusunan skripsi hingga dapat terselesaikan dengan baik.
- Bapak Oscar Chrismadian Noventa, S.E., M.Sc. selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu, memberikan arahan, masukan, serta bimbingan dengan penuh kesabaran sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini.
- Seluruh dosen Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta, khususnya Program Studi Manajemen, yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan wawasan selama masa perkuliahan.

- Kedua orang tua tercinta beserta seluruh keluarga yang selalu memberikan doa, kasih sayang, motivasi, serta dukungan moral maupun material kepada penulis selama menempuh pendidikan hingga penyusunan skripsi ini.
- Seluruh teman, sahabat, dan rekan yang tidak dapat disebutkan satu per satu, yang telah memberikan bantuan, semangat, dan dukungan selama proses penyusunan skripsi ini.
- Ucapan terima kasih yang tulus saya sampaikan kepada npm 230327465 yang telah memberikan doa, dukungan, semangat, serta dengan sabar menemani setiap proses penyusunan skripsi ini. Terima kasih telah menjadi tempat berbagi, penguat di setiap tantangan, dan selalu percaya pada kemampuan saya.
- Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki keterbatasan dan jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis terbuka terhadap kritik dan saran yang membangun demi penyempurnaan karya ini di masa mendatang. Penulis berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca serta menjadi kontribusi yang berguna bagi perkembangan ilmu pengetahuan.

## DAFTAR ISI

|                                    |     |
|------------------------------------|-----|
| HALAMAN PERNYATAAN .....           | ii  |
| KATA PENGANTAR.....                | iii |
| DAFTAR ISI .....                   | v   |
| DAFTAR TABEL .....                 | ix  |
| DAFTAR GAMBAR .....                | x   |
| BAB I PENDAHULUAN .....            | 1   |
| 1.1    Latar Belakang.....         | 1   |
| 1.2    Rumusan Masalah.....        | 7   |
| 1.3    Tujuan.....                 | 8   |
| 1.4    Manfaat.....                | 8   |
| 1.5    Sistematika Pembahasan..... | 9   |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....       | 10  |
| 2.1    Landasan Teori .....        | 10  |
| 2.1.1    Citra Merek.....          | 10  |
| 2.1.2    Pengetahuan Produk.....   | 11  |
| 2.1.3    Loyalitas Merek .....     | 12  |

|                                     |                                                                     |    |
|-------------------------------------|---------------------------------------------------------------------|----|
| 2.2                                 | Penelitian Terdahulu .....                                          | 12 |
| 2.3                                 | Pengembangan Hipotesis .....                                        | 20 |
| 2.3.1                               | Pengaruh Pengetahuan Produk Terhadap Citra Merek .....              | 20 |
| 2.3.2                               | Pengaruh Citra Merek terhadap Loyalitas Merek .....                 | 23 |
| 2.3.3                               | Pengaruh Pengetahuan Produk terhadap Loyalitas Merek .....          | 24 |
| 2.3.4                               | Pengaruh peran Mediasi Citra Merek .....                            | 26 |
| 2.4                                 | Kerangka Penelitian .....                                           | 29 |
| BAB III METODOLOGI PENELITIAN ..... |                                                                     | 29 |
| 3.1                                 | Jenis Penelitian .....                                              | 29 |
| 3.2                                 | Objek, Subjek dan Tempat Penelitian .....                           | 30 |
| 3.3                                 | Populasi dan Sampel .....                                           | 31 |
| 3.3.1                               | Populasi Penelitian .....                                           | 31 |
| 3.3.2                               | Sampel Penelitian .....                                             | 31 |
| 3.4                                 | Metode Pengumpulan Data .....                                       | 33 |
| 3.5                                 | Metode Pengukuran Data .....                                        | 41 |
| 3.6                                 | Face Validity .....                                                 | 41 |
| 3.7                                 | Metode Analisis Data .....                                          | 42 |
| 3.7.1                               | Analisis Statistik Deskriptif Responden .....                       | 43 |
| 3.7.2                               | Analisis Statistik Deskriptif Responden Variabel .....              | 44 |
| 3.7.1                               | Pengujian Instrumen .....                                           | 44 |
| 3.7.2                               | Structural Equation Modeling Partial Least Square (SEM - PLS) ..... | 46 |
| 3.7.3                               | Analisis Outer Model .....                                          | 47 |
| 3.7.4                               | Convergent Validity .....                                           | 48 |
| 3.7.5                               | Discriminant Validity .....                                         | 48 |

|                                           |                                                                       |    |
|-------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------|----|
| 3.7.6                                     | Heterotrait Monotrait Ratio (HTMT) .....                              | 49 |
| 3.8                                       | Inner Model .....                                                     | 49 |
| 3.8.1                                     | Composite Reliability .....                                           | 49 |
| 3.8.2                                     | Cronbac's Alpha.....                                                  | 50 |
| 3.8.3                                     | R-Square.....                                                         | 50 |
| 3.8.4                                     | Q-Square.....                                                         | 51 |
| 3.9                                       | Uji Hipotesis .....                                                   | 51 |
| 3.10                                      | Uji Mediasi.....                                                      | 51 |
| BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN ..... |                                                                       | 55 |
| 4.1                                       | Analisis Deskriptif Karakteristik Profil Responden .....              | 55 |
| 4.1.1                                     | Profil Responden Berdasarkan Filtering .....                          | 55 |
| 4.1.2                                     | Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....                | 56 |
| 4.1.3                                     | Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....                        | 57 |
| 4.1.4                                     | Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....                    | 57 |
| 4.1.5                                     | Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan / Uang Saku .....     | 58 |
| 4.2                                       | Statistik Deskriptif .....                                            | 59 |
| 4.3                                       | Hasil Analisis Partial Least Square (PLS) .....                       | 61 |
| 4.3.1                                     | Outer Model .....                                                     | 61 |
| 4.3.2                                     | Uji <i>Validitas: Convergant Validity</i> .....                       | 62 |
| 4.3.3                                     | Uji Validitas Discriminant Validity.....                              | 64 |
| 4.3.4                                     | Hasil Uji Reliabilitas Cronbach Alpha dan Composite Reliability ..... | 68 |
| 4.3.5                                     | Inner Model .....                                                     | 69 |
| 4.4                                       | Hasil Uji Hipotesis Langsung .....                                    | 70 |
| 4.5                                       | Hasil Hipotesis Tidak Langsung .....                                  | 72 |

|                                        |                                                                |     |
|----------------------------------------|----------------------------------------------------------------|-----|
| 4.6                                    | Hasil dan Pembahasan .....                                     | 73  |
| 4.6.1                                  | Pengaruh Pengetahuan Produk terhadap Citra Merek .....         | 73  |
| 4.6.2                                  | Pengaruh Citra Merek terhadap Loyalitas Merek.....             | 75  |
| 4.6.3                                  | Pengaruh Pengetahuan Produk terhadap Loyalitas Merek .....     | 76  |
| 4.6.4                                  | Citra merek memediasi hubungan antara Pengetahuan Produk ..... | 78  |
| BAB V PENUTUP .....                    |                                                                | 79  |
| 5.1                                    | Kesimpulan .....                                               | 79  |
| 5.2                                    | Implikasi Manajerial .....                                     | 80  |
| 5.3                                    | Keterbatasan Penelitian.....                                   | 82  |
| 5.4                                    | Saran untuk Penelitian Selanjutnya .....                       | 83  |
| DAFTAR PUSTAKA.....                    |                                                                | 84  |
| LAMPIRAN I KUESIONER GOOGLE FORM ..... |                                                                | 92  |
| LAMPIRAN II DATA RESPONDEN.....        |                                                                | 102 |
| LAMPIRAN III OUTPUT OLAH DATA .....    |                                                                | 108 |

## DAFTAR TABEL

|                                                                                  |    |
|----------------------------------------------------------------------------------|----|
| Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....                                              | 12 |
| Tabel 4.1 Responden yang Mengenali Produk Smartphone Realme .....                | 55 |
| Tabel 4.2 Pengguna Smartphone Realme.....                                        | 56 |
| Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....                              | 56 |
| Tabel 4.4 Responden Berdasarkan Usia.....                                        | 57 |
| Tabel 4.5 Responden Berdasarkan Pekerjaan.....                                   | 57 |
| Tabel 4.6 Responden Berdasarkan Penghasilan/Uang Saku .....                      | 58 |
| Tabel 4.7 Hasil Statistika Deskriptif Pemasaran Media Sosial .....               | 59 |
| Tabel 4.8 Hasil Statistik Deskriptif Citra merek .....                           | 60 |
| Tabel 4.9 Hasil Statistik Deskriptif Loyalitas Merek .....                       | 60 |
| Tabel 4.10 Nilai Outer Loading .....                                             | 62 |
| Tabel 4.11 Nilai <i>Average Variance Extracted</i> .....                         | 64 |
| Tabel 4.12 Nilai Fornell-Larcker.....                                            | 65 |
| Tabel 4.13 Nilai <i>Cross Loadings</i> .....                                     | 66 |
| Tabel 4.14 Hasil Uji Reliabilitas Cronbach Alpha dan Composite Reliability ..... | 68 |
| Tabel 4.15 Nilai R-Square.....                                                   | 69 |
| Tabel 4.16 Uji Hipotesis Pengaruh Langsung.....                                  | 71 |
| Tabel 4.17 Uji Hipotesis Pengaruh Tidak Langsung.....                            | 72 |

## DAFTAR GAMBAR

|                                                      |    |
|------------------------------------------------------|----|
| Gambar 1.1 Mobile Vendor Market Share Indonesia..... | 4  |
| Gambar 2.1 Kerangka Penelitian.....                  | 29 |
| Gambar 3.1 Variabel Penelitian dan Indikator .....   | 36 |
| Gambar 3.2 Jalur Mediasi.....                        | 52 |
| Gambar 3.3 Hipotesis .....                           | 53 |
| Gambar 4.1 Model Struktural PLS Algorithm .....      | 61 |