

PENGARUH *BRAND EXPERIENCE*, *BRAND TRUST* DAN *BRAND SATISFACTION* TERHADAP *BRAND LOYALTY*

(STUDI PADA KONSUMEN FASHION GLOBAL BRAND DI YOGYAKARTA)

Skripsi

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana Ekonomi

(S1)

Pada Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta



Disusun oleh:

Dantiana Galuh Wulandari

NPM: 14 03 21559

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

2018

Skripsi

**PENGARUH *BRAND EXPERIENCE*, *BRAND TRUST* DAN *BRAND SATISFACTION* TERHADAP *BRAND LOYALTY*
(STUDI PADA KONSUMEN FASHION GLOBAL BRAND DI
YOGYAKARTA)**


Disusun oleh:

DANTIANA GALUH WULANDARI

NPM: 14 03 21559

Telah dibaca dan disetujui oleh:

Pembimbing


(Drs. Budi Suprpto, MBA., Ph.D)

26 April 2016

Skripsi
**PENGARUH *BRAND EXPERIENCE*, *BRAND TRUST* DAN *BRAND SATISFACTION* TERHADAP *BRAND LOYALTY*
(STUDI PADA KONSUMEN FASHION GLOBAL BRAND DI
YOGYAKARTA)**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh

Dantiana Galuh Wulandari

NPM: 14 03 21559

Telah dipertahankan di depan Panitia Penguji pada tanggal 8 Juni 2018 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai salah satu persyaratan untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S1) Program Studi Manajemen

SUSUNAN PANITIA PENGUJI

Ketua Panitia Penguji

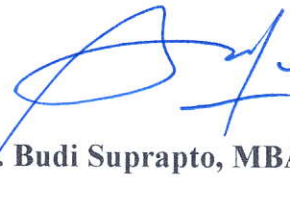


(C. Handoyo Wibisono, DR., MM.)

Anggota Panitia Penguji



(E. Dita Septiari, SE., M.Sc)



(Drs. Budi Suprpto, MBA., Ph. D)

Yogyakarta, 8 Juni 2018
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Atma Jaya Yogyakarta




(Drs. Budi Suprpto, MBA., Ph.D)

PERNYATAAN

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

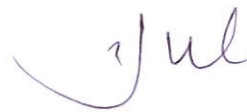
PENGARUH *BRAND EXPERIENCE*, *BRAND TRUST* DAN *BRAND SATISFACTION* TERHADAP *BRAND LOYALTY*

(STUDI PADA KONSUMEN FASHION GLOBAL BRAND DI YOGYAKARTA)

benar-benar hasil karya saya sendiri. Pernyataan, ide, maupun kutipan baik langsung maupun tak langsung yang bersumber dari tulisan atau ide orang lain dinyatakan secara tertulis dalam skripsi ini dalam catatan perut dan daftar pustaka. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa saya melakukan plagiasi sebagian atau seluruhnya dari skripsi ini, maka gelar dan ijazah yang saya peroleh dinyatakan batal dan akan saya kembalikan pada Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Yogyakarta, 26 April 2016

Yang menyatakan



Dantiana Galuh Wulandari

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat, kasih, rahmat serta penyertaan-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “**PENGARUH *BRAND EXPERIENCE*, *BRAND TRUST* DAN *BRAND SATISFACTION* TERHADAP *BRAND LOYALTY* (STUDI PADA KONSUMEN FASHION GLOBAL BRAND DI YOGYAKARTA)**”.

Skripsi ini disusun guna memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana ekonomi jenjang pendidikan Strata Satu Program Studi Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini sulit terwujud tanpa adanya bantuan doa serta dukungan moril dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis menyampaikan banyak terima kasih kepada:

1. Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberi berkat yang tak terhingga, kesehatan, kekuatan, kesabaran, semangat, dan segalanya kepada penulis dalam menempuh studi S1 serta memampukan penulis dalam menyusun dan menyelesaikan skripsi.
2. Keluargaku tersayang, Bapak, Ibu, Mas Puguh, Mas Galih, MbaDinda, Mba Susan, Harris, Keshya yang telah memberikan kasih sayang, semangat, dan doa sehingga penulis termotivasi untuk menyelesaikan penelitian ini.
3. Bapak Drs. Budi Suprpto, MBA.,Ph.D selaku Dosen Pembimbing yang selalu bersedia meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan,

menjawab berbagai pertanyaan, memberikan pengarahan, saran serta masukan kepada penulis selama proses penyusunan skripsi ini.

4. Kekasihku tercinta Raditya Bagus Setiyaji yang selama ini memberikan dukungan, doa, waktu, tenaga, semangat, motivasi serta banyak sekali yang mungkin tidak dapat diungkapkan dengan kata – kata. Dengan hal itu, penulis dapat menyelesaikan perkuliahan hingga mendapat gelar S1
5. Sahabatku tersayang Wiendy Harumsari yang telah banyak menemani serta membantu dari awal hingga akhir penyelesaian skripsi ini
6. Nafa Aulia, Nunu Sesa, Egha Latoya yang telah banyak membantu dengan penuh kesabaran dan ketulusan, serta nasihat selama proses penyelesaian skripsi ini.
7. Ellisa Kristiana yang selalu membantu langkah-langkah penyusunan dari awal hingga akhir serta memberikan dukungan dan motivasi kepada penulis selama proses penyusunan skripsi ini.
8. Teman-teman seperjuangan yang sama-sama mengambil skripsi (Ristina Ary, Kezia Charisa, Novena Cecilia, Ivan Julianto, Budi Santoso, Zeno Lewis) yang selalu memberikan dukungan dan motivasi kepada penulis selama proses penyusunan skripsi ini.
9. Seluruh teman-teman KKN 72 Girimulyo-Nogosari ;Yeyen, Ayu, Ken, Kevin, Aska, Anang, Rosa, Andrey, Julius, Willy yang selalu memberikan dukungan dan motivasi kepada penulis selama proses

penyusunan skripsi serta memberikan kenangan yang indah bagi penulis.

10. Dosen-dosen Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta yang pernah dan telah mengajarkan berbagai mata kuliah kepada penulis. Tanpa kalian penulis tidak akan bisa mendapatkan berbagai pelajaran dan wawasan untuk menyelesaikan skripsi ini.

11. Dan semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu yang telah mendukung baik secara langsung maupun tidak langsung dalam penulisan skripsi ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini jauh dari sempurna karena keterbatasan pengetahuan dan kemampuan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran demi kesempurnaan penulisan dalam skripsi ini. Akhir kata penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak dan semoga skripsi ini bermanfaat bagi pembaca.

Yogyakarta, 26 April 2016

Penulis

Dantiana Galuh Wulandari



“Work hard and don’t stop until you proud of you”

- anonymous-

“Lawan sastra ngesti mulya”

Dengan ilmu kita menuju kemuliaan

- Ki Hadjar Dewantara –

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR	v
HALAMAN MOTTO	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
ABSTRAK	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 LatarBelakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 TujuanPenelitian	7
1.4 ManfaatPenelitian	7
1.5 SistematikaPenulisan	8

BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Merek (<i>brand</i>).....	10
2.2 Merek Global (<i>global brand</i>)	11
2.3 Pengertian Perilaku Konsumen.....	12
2.4 Pengalaman Merek(<i>brand experience</i>)	13
2.5 KepercayaanMerek(<i>brand trust</i>).....	15
2.6 Kepuasan (<i>satisfaction</i>).....	18
2.7 Loyalitas Merek (<i>brand loyalty</i>)	19
2.8 Penelitian Terdahulu	21
2.9 Kerangka Penelitian	24
2.10 Pengembangan Hipotesis	24
BAB III METODE PENELITIAN	28
3.1 Jenis Penelitian.....	28
3.2 Metode Pengumpulan Data.....	28
3.3 Tempat danWaktu Penelitian	29
3.4 Populasi dan Sampel	29
3.5 Metode Pengukuran Data.....	30
3.6 Variabel Penelitian.....	30
3.7 Pengukuran Instrumen Penelitian	31
3.7.1 Uji Validitas	31
3.7.2 Uji Reliabilitas	33
3.8 Metode Analisis Data.....	33

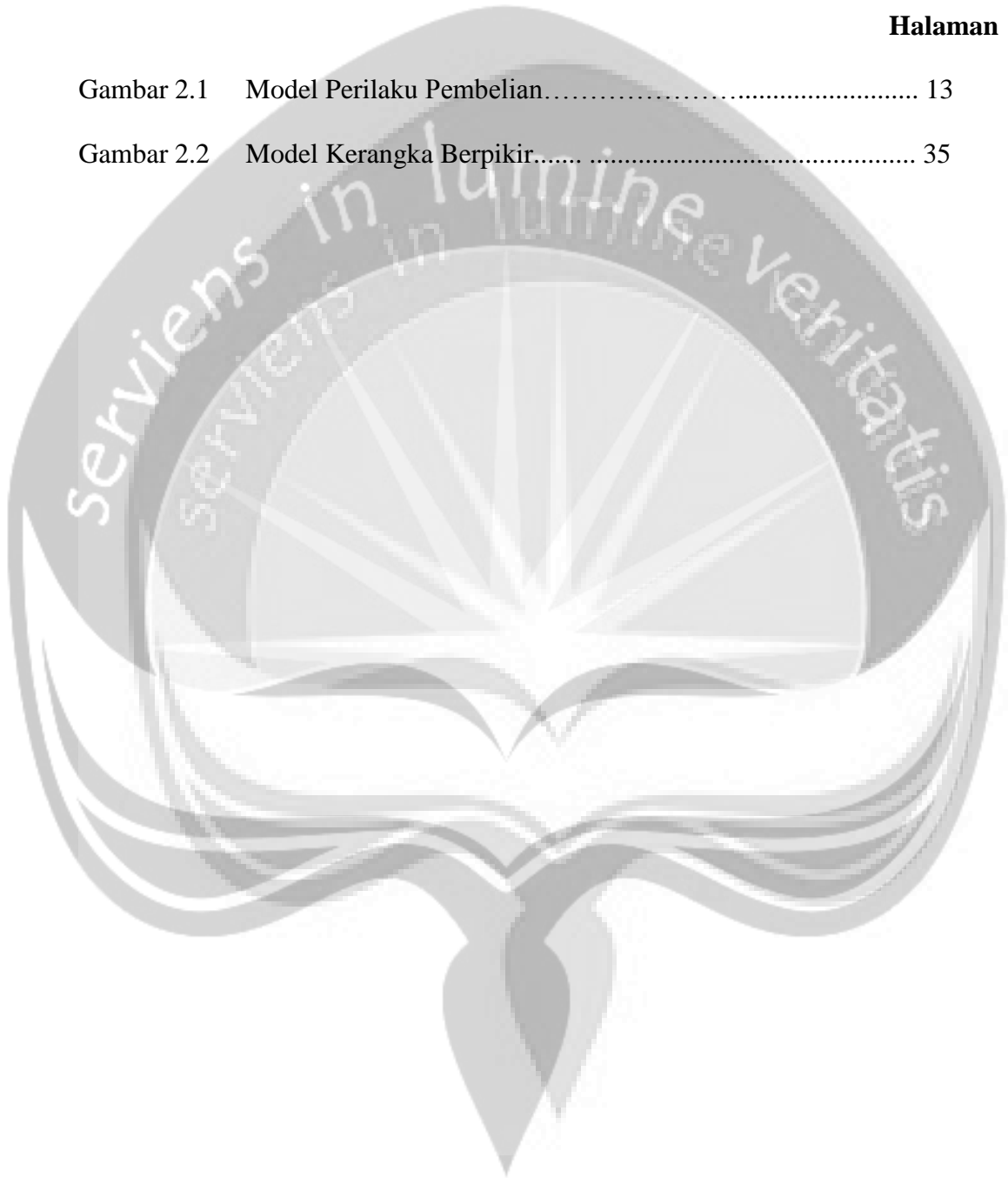
3.8.1 Analisis Presentase.....	33
3.8.2 Model Pengujian Hipotesis.....	33
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....	36
4.1 Uji Validitas dan Reabilitas	36
4.2 Karakteristik Demografi Responden.....	40
4.3 Analisis Regresi	42
4.4 Pembahasan.....	48
BAB V PENUTUP.....	52
5.1 Kesimpulan	52
5.2 Implikasi Manajerial	52
5.3 Keterbatasan Penelitian dan saran.....	54
DAFTAR PUSTAKA.....	60
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1	Global Kategori Fashion..... 4
Tabel 1.2	Penelitian Terdahulu..... 22
Tabel 3.1	Instrumen Skala Likert..... 30
Tabel 4.1	Hasil Uji Validitas..... 38
Tabel 4.2	Hasil Uji Reabilitas.....39
Tabel 4.3	Karakteristik Demografi Responden..... 40
Tabel 4.4	Hasil Uji Regresi Pengaruh Pengalaman Merek Terhadap Kepuasan Merek.....42
Tabel 4.5	Hasil Uji Regresi Pengaruh Pengalaman Merek Terhadap Kepercayaan Merek..... 44
Tabel 4.6	Hasil Uji Regresi Pengaruh Kepuasan Merek, Kepercayaan Merek, dan Pengalaman Merek Terhadap Loyalitas Merek..... 45

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Model Perilaku Pembelian.....	13
Gambar 2.2 Model Kerangka Berpikir.....	35



DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran I : Kuesioner Penelitian	60
Lampiran II : Data Responden (Karakteristik Responden).....	67
Lampiran III : Data Responden (Instrumen Penelitian Responden).....	84
Lampiran IV : Hasil Uji Validitas dan Reabilitas	99
Lampiran V : Hasil Analisis Regresi	112
Lampiran VII : Jurnal Acuan	117

PENGARUH *BRAND EXPERIENCE*, *BRAND TRUST* DAN *BRAND SATISFACTION* TERHADAP *BRAND LOYALTY*

(STUDI PADA KONSUMEN FASHION GLOBAL BRAND DI YOGYAKARTA)

Disusun oleh:

Dantiana Galuh Wulandari

NPM: 14 03 21559

Pembimbing:

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *brand experience*, *brand trust*, *brand satisfaction*, dan *brand loyalty* pada konsumen fashion global brand yang berada di Kota Yogyakarta. Sampel dalam penelitian ini adalah pengguna fashion global brand yang berada/tinggal di Kota Yogyakarta sebanyak 347 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *purposive sampling*. Pengumpulan data dilakukan secara *ONLINE* dengan mengirimkan *link* kuesioner dari *google forms* yang kemudian di sebar di grup LINE dan WhatsApp. Metode analisis yang digunakan adalah regresi sederhana dan regresi berganda.

Hasil penelitian dari regresi sederhana menunjukkan bahwa *brand experience* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *brand trust*, begitu juga dengan *brand satisfaction* memiliki pengaruh positif dan signifikan. Tidak hanya kedua variable tersebut, *brand experience* juga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *brand loyalty*. Sedangkan regresi berganda, hasil analisis menunjukkan bahwa *brand experience*, *brand trust*, dan *brand satisfaction* secara bersama-sama memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *brand loyalty*.

Kata kunci: *brand experience*, *brand trust*, *brand satisfaction*, *brand loyalty*, *global brand*