

TESIS

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

**(Studi Pada Perusahaan Transportasi *Online* Go-Jek)**



YOGA BRAMONO

175002665/PS/MM

PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN

PROGRAM PASCASARJANA

UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

2019



UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA  
PROGRAM PASCASARJANA  
PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN

PERSETUJUAN TESIS

Nama : YOGA BRAMONO  
Nomor Mahasiswa : 175002665/PS/MM  
Konsentrasi : E-BISNIS  
Judul Tesis : Pengaruh *Brand Image* Dan *Brand Experience* Terhadap  
*Brand Satisfaction, Brand Trust, Dan Brand Loyalty* (Studi  
Pada Perusahaan Transportasi Online Go-Jek)

Nama Pembimbing

Tanggal

Tanda tangan

Dr. J. Ellyawati, MM.

23 Juli 2019



UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA  
 PROGRAM PASCASARJANA  
 PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN

PENGESAHAN TESIS

Nama : YOGA BRAMONO  
 Nomor Mahasiswa : 175002665/PS/MM  
 Konsentrasi : E-Bisnis  
 Judul Tesis : Pengaruh *Brand Image* Dan *Brand Experience* Terhadap  
*Brand Satisfaction, Brand Trust, Dan Brand Loyalty* (Studi  
 Pada Perusahaan Transportasi *Online Go-Jek*)

Nama Penguji	Tanggal	Tanda tangan
Dr. J. Ellyawati, MM	23 Juli 2019	
Mahestu Noviandra Krisjanti M.Sc. IB, Ph.D.	26 Juli 2019	
Budi Suprpto, MBA., Ph.D.	25/07/2019	

Program Studi  
  
 Dr. J. Ellyawati, MM  
 PROGRAM  
 PASCASARJANA

## HALAMAN PERNYATAAN

Sehubungan dengan peraturan-peraturan yang berlaku saat ini, saya yang

Bertandatangan di bawah ini:

Nama : YOGA BRAMONO

Nomor Mahasiswa : 175002665/PS/MM

Konsentrasi : E-BISNIS

Judul Tesis : Pengaruh *Brand Image* Dan *Brand Experience* terhadap *Brand Satisfaction*, *Brand Trust* dan *Brand Loyalty* ( Studi pada perusahaan transportasi *online* Go-Jek )

Merupakan hasil karya sendiri bukan merupakan pekerjaan orang lain dan bukan merupakan salinan dari tesis atau karya orang lain. Peneliti bersedia menerima sanksi akademik dan sanksi hukum atau sanksi sesuai peraturan yang berlaku apabila dikemudian hari terbukti bahwa tesis ini merupakan hasil duplikasi atau plagiasi. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya untuk dipergunakan sebaik-baiknya.

Yogyakarta, Juli 2019

Yoga Bramono

## KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat, rahmat, serta penyertaan-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik. Pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah berkenan membimbing dan membantu baik berupa ide, gagasan, materi, maupun dukungan moral sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini. Tesis dengan judul “PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN *BRAND EXPERIENCE* TERHADAP *BRAND SATISFACTION*, *BRAND TRUST* DAN *BRAND LOYALTY*” menjadi syarat akhir dalam mendapatkan gelar sarjana Strata-2 (S-2) pada Program Magister Manajemen Program Pascasarjana Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Penulis menyadari bahwa penulisan Tesis ini dapat terlaksana berkat keterlibatan berbagai pihak yang dengan suka rela, langsung maupun tidak langsung memberikan bantuan dan dukungannya dari awal hingga akhir penulisan Tesis Ini. Untuk itu sudah selayaknya dan sepentasnya dengan segala kerendahan hati penulis ucapkan terima kasih kepada:

1. Keluarga tercinta, Ibu dan Alm Bapak yang telah memberikan banyak sekali support untuk penulis dalam menyelesaikan tesis ini, kalian luar biasa
2. Ibu Dr. Dra. J. Ellyawati, MM selaku dosen pembimbing tesis yang telah banyak memberikan dan mengajarkan hal-hal yang berguna dalam proses

penulisan. Terima kasih untuk support dan motivasi dalam melakukan penulisan ini

3. Sherlina Chiu yang selalu mensupport dan mendampingi penulis selama ini
4. Teman-teman seangkatan MM 17 : Bastio, Chikita, Martin, Danang, Hoo, Obed, Frater Emarilus, Bang Bona, Kak AL, Bli Roma, Amel, Riris, Evy, Ando, Genzo, Astrid, Intan, Kak Nixon, Pak Sirilius Dae dan Padith
5. Semua pihak yang telah mendukung dengan apapun dan motivasi penulis untuk menyelesaikan tesis ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Akhir kata, penulis menyadari bahwa tesis ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, semua kritik dan saran sangat diharapkan untuk menyempurnakan tesis ini. Semoga tesis yang jauh dari sempurna ini dapat bermanfaat bagi kepentingan banyak orang.

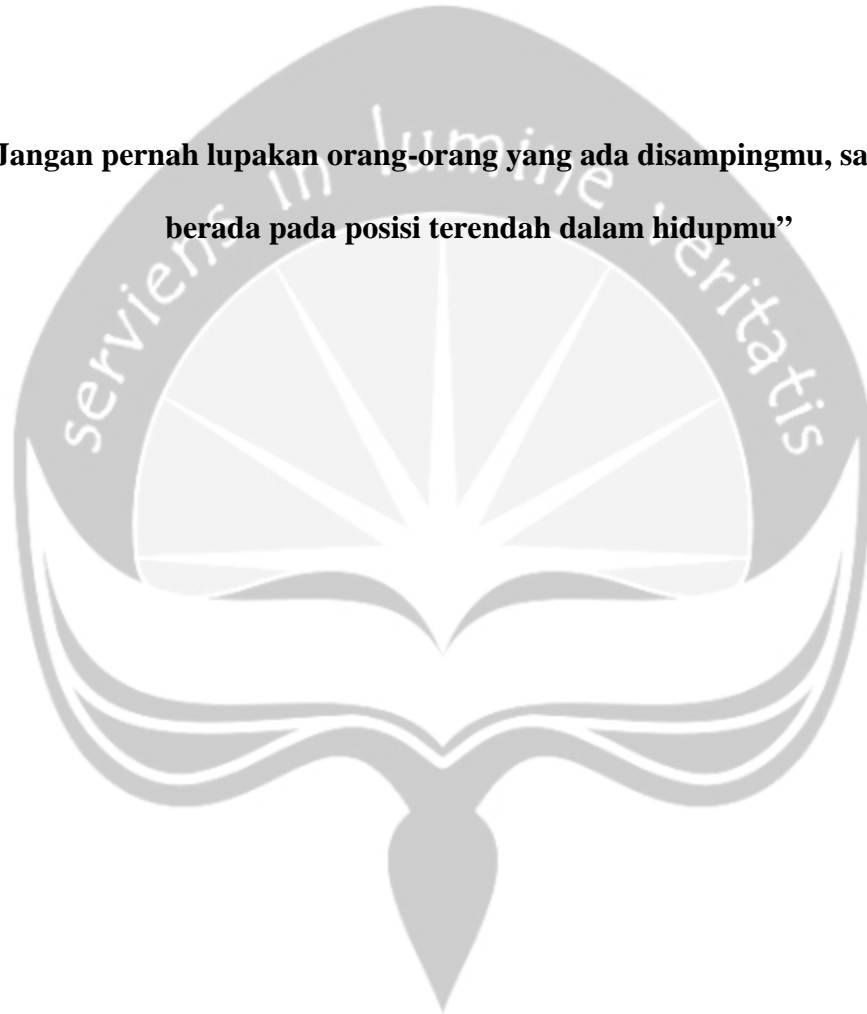
Yogyakarta, Juli 2019

Penulis

Yoga Bramono

## MOTTO

**“Jangan pernah lupakan orang-orang yang ada disampingmu, saat kamu berada pada posisi terendah dalam hidupmu”**



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>v</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>xi</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>xii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	5
1.4 Tujuan Penelitian .....	6
1.5 Manfaat Penelitian .....	6
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>9</b>



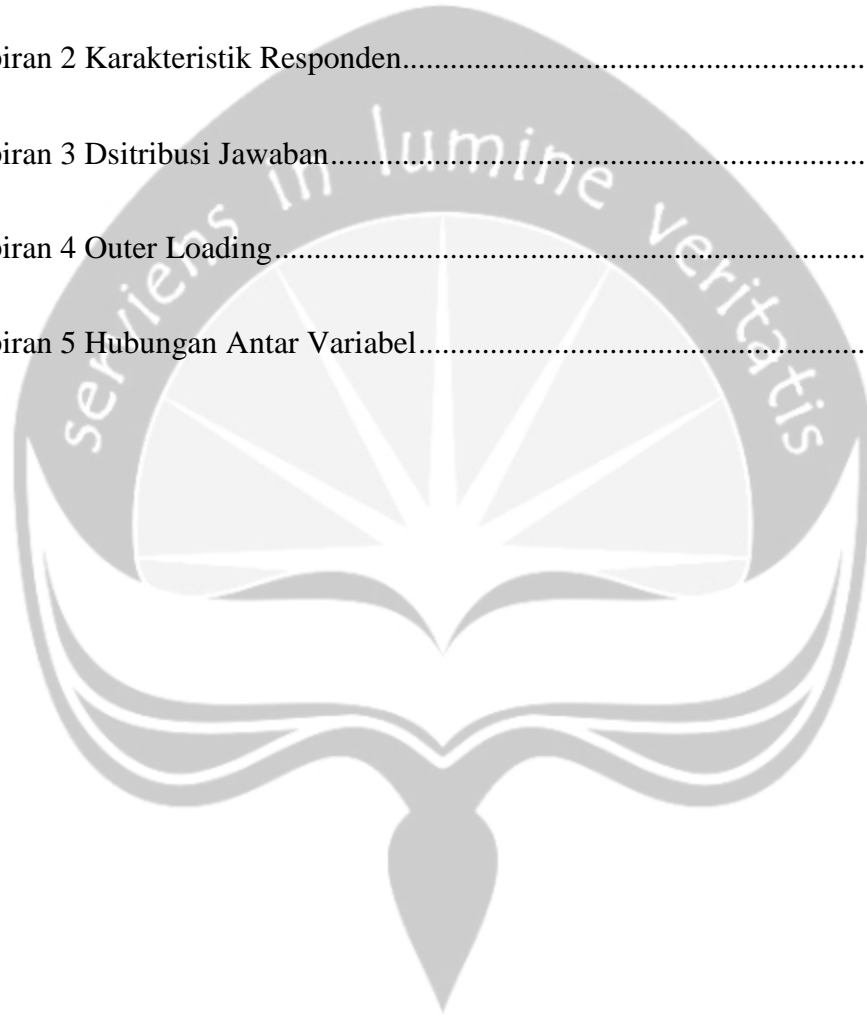
2.1 Penelitian Sebelumnya .....	9
2.2 Kerangka Teori.....	10
2.3 Pengembangan Hipotesis .....	14
2.4 Kerangka Konsep .....	17
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>24</b>
3.1. Gambaran Umum Go-Jek .....	24
3.2. Metode Penelitian.....	27
3.3 Metode Pengukuran Data.....	29
3.4. Metode Pengolahan Data .....	29
3.5. Definisi Operasional.....	30
3.6 Metode Pengujian Instrumen .....	35
3.7 Rancangan Analisis dan Uji Hipotesis .....	36
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>37</b>
4.1 Karakteristik Demografi Responden.....	38
4.2 Deskripsi Jawaban Responden.....	42
4.3 Pengaruh Variabel & Hasil .....	46
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>65</b>
5.1. Profil Responden.....	65

5.2. Kesimpulan .....	66
5.3. Implikasi Managerial .....	68
5.4. Keterbatasan Peneliti dan Saran Peneitian .....	70
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>71</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>74</b>



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner.....	74
Lampiran 2 Karakteristik Responden.....	79
Lampiran 3 Dsitribusi Jawaban.....	81
Lampiran 4 Outer Loading.....	84
Lampiran 5 Hubungan Antar Variabel.....	87



## INTISARI

Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh brand image dan brand experience terhadap brand loyalty, baik pengaruhnya secara langsung maupun melalui brand satisfaction dan brand experience pada perusahaan Go-Jek

Jumlah sampel yang digunakan berjumlah 250 orang, dan Teknik pengambilan data menggunakan purposive sampling. Pengumpulan menggunakan kuesioner yang dibagikan secara langsung, serta skala yang digunakan adalah skala Likers 5 point. Program yang digunakan adalah SEM

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa brand image dan brand experience berpengaruh positif terhadap brand satisfaction, brand trust dan brand loyalty, serta brand satisfaction dan brand trust berpengaruh positif pada brand loyalty.

**Kata Kunci:** *Brand Image, brand experience, brand trust, brand satisfaction, brand loyalty, SEM*

## **Abstract**

*The purpose of this study is to examine the effect of brand image and brand experience on brand loyalty, both its effect directly and through brand satisfaction and brand experience in the Go-Jek company.*

*The number of samples used for 250 people, and the data collection technique used purposive sampling. The collection uses questionnaires that are distributed directly, and the scale used is the 5 point Likers scale. The program used is SEM*

*The results of this study indicate that brand image and brand experience have a positive effect on brand satisfaction, brand trust and brand loyalty, and brand satisfaction and brand trust have a positive effect on brand loyalty.*

***Keywords: Brand Image, brand experience, brand trust, brand satisfaction, brand loyalty, SEM***

