

**PENGARUH PENGALAMAN MEREK, KEPERCAYAAN MEREK, DAN
KEPUASAN MEREK TERHADAP PEMBANGUNAN
LOYALITAS MEREK**



TESIS

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Syarat-Syarat Guna Memperoleh Gelar
Magister Ekonomi Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta

Disusun Oleh :

ANGGA BRAJA KUSUMA

P100200032

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
SEKOLAH PASCASARJANA
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

2022

NOTA DINAS PEMBIMBING I

Soepatini S.E., M.Si., Ph.D.

Dosen Program Studi Magister Manajemen
Sekolah Pascasarjana
Universitas Muhammadiyah Surakarta

Nota Dinas

Hal: Tesis Sdr/i Angga Braja Kusuma

Kepada Yth.

Ketua Program Studi Magister Manajemen
Sekolah Pascasarjana
Universitas Muhammadiyah Surakarta

Assalamu 'alaikum wr. wb.

Setelah membaca, meneliti, mengoreksi dan mengadakan perbaikan terhadap tesis saudara:

Nama : Angga Braja Kusuma
NIM : P100200032
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Judul : Pengaruh Pengalaman Merek, Kepercayaan Merek, dan Kepuasan Merek Terhadap Loyalitas Merek

Dengan ini kami menilai tesis tersebut dapat disetujui untuk diajukan dalam Sidang Ujian Tesis pada Program Studi Magister Manajemen, Sekolah Pascasarjana Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Wassalamu 'alaikum wr. wb.

Surakarta, 17 Mei 2022
Pembimbing I,



Soepatini, S.E., M.Si., Ph.D

NOTA DINAS PEMBIMBING II

Dr. Edy Purwo Saputro, S.E., M.Si.
Dosen Program Studi Magister Manajemen
Sekolah Pascasarjana
Universitas Muhammadiyah Surakarta

Nota Dinas
Hal: Tesis Sdr/i Angga Braja Kusuma

Kepada Yth.
Ketua Program Studi Magister Manajemen
Sekolah Pascasarjana
Universitas Muhammadiyah Surakarta

Assalamu 'alaikum wr. wb.


Setelah membaca, meneliti, mengoreksi dan mengadakan perbaikan terhadap tesis saudara:

Nama : Angga Braja Kusuma
NIM : P100200032
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Judul : Pengaruh Pengalaman Merek, Kepercayaan Merek, dan Kepuasan Merek Terhadap Loyalitas Merek

Dengan ini kami menilai tesis tersebut dapat disetujui untuk diajukan dalam Sidang Ujian Tesis pada Program Studi Magister Manajemen, Sekolah Pascasarjana Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Wassalamu 'alaikum wr. wb.

Surakarta, 21 Mei 2022
Pembimbing II,



Dr. Edy Purwo Saputro, S.E., M.Si.

PENGARUH PENGALAMAN MEREK, KEPERCAYAAN MEREK,
DAN KEPUASAN MEREK TERHADAP LOYALITAS MEREK

TESIS

Oleh

ANGGA BRAJA KUSUMA
NIM : P100200032

SUSUNAN DEWAN PENGUJI

Ketua Penguji

Dr. Drs. Moehammad Nasir, M.M.
NIDN : 0611096201

Anggota

Soepatini, S.E., M.Si., Ph.D.
NIDN : 0605097101

Anggota

Dr. Edy Purwo Saputro, S.E., M.Si.
NIDN : 0613097001

Telah dipertahankan di hadapan tim penguji dan telah memenuhi syarat kelulusan
Pada tanggal 4 Juni 2022

Direktur Sekolah Pascasarjana
Universitas Muhammadiyah Surakarta



Drs. M. Farid Wajdi, M.M., Ph.D.
NIDN : 0605056501

PERNYATAAN KEASLIAN TESIS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini,

Nama : Angga Braja Kusuma

NIM : P100200032

Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Judul : Pengaruh Pengalaman Merek, Kepercayaan Merek, dan Kepuasan Merek Terhadap Loyalitas Merek

Program Studi : Magister Manajemen

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa tesis yang saya serahkan benar-benar hasil karya saya sendiri, kecuali kutipan-kutipan dan ringkasan yang telah saya jelaskan sumbernya. Apabila dikemudian hari terbukti tesis ini jiplakan dan terdapat plagiasi, gelar yang diberikan oleh Universitas Muhammadiyah Surakarta batal saya terima.

Surakarta, 04 Juli 2022

Yang membuat pernyataan,



Angga Braja Kusuma

P100200032

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Pengalaman Merek, Kepercayaan Merek, dan Kepuasan Merek Terhadap Loyalitas Merek. Sampel penelitian ini berjumlah 220 nasabah bank yang tinggal di Kota Solo yang memiliki minimal rekening tabungan di dua atau lebih bank berbeda dengan menggunakan kuesioner *online* untuk pengumpulan data. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *non-probability sampling* dengan metode *purposive sampling*. Teknik analisa data menggunakan program aplikasi SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa : 1) Pengalaman Merek berpengaruh positif terhadap Loyalitas Merek; 2) Kepercayaan Merek berpengaruh positif terhadap Loyalitas Merek; dan 3) Kepuasan Merek berpengaruh positif terhadap Loyalitas Merek.

Kata Kunci : Pengalaman Merek; Kepercayaan Merek; Kepuasan Merek; dan Loyalitas Merek

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of brand experience, brand trust, and brand satisfaction on brand loyalty. The sample of this study amounted to 220 bank customers living in the city of Solo who have at least a savings account in two or more different banks using an online questionnaire for data collection. The sampling technique used was non-probability sampling with purposive sampling method. The data analysis technique uses the SPSS application program. The results showed that: 1) Brand Experience has a positive effect on Brand Loyalty; 2) Brand Trust has a positive effect on Brand Loyalty; and 3) Brand Satisfaction has a positive effect on Brand Loyalty.

Keywords: *Brand Experience; Brand Trust; Brand Satisfaction; and Brand Loyalty.*

MOTTO

“Siapa yang menempuh jalan untuk mencari ilmu, maka Allah akan memudahkan baginya jalan menuju surga.”

(HR. Muslim, no 2699)

“Barang siapa yang keluar untuk menuntut ilmu, maka ia berada di jalan Allah hingga ia pulang.”

(HR. Tirmidzi)

“Ibumu, Ibumu, dan Ibumu setelah itu baru Ayahmu”

PERSEMBAHAN

Alhamdulillahirabbil'alamin. Penulis mempersembahkan karya ini untuk:

- Allah SWT , Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikanku kesehatan dan kekuatan serta memberi nikmat ilmu sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang sederhana ini. Sholawat serta salam selalu tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW.
- Bapak Sapto Mei Budiyanto dan Ibu Syamsiati tersayang tercinta yang telah mengorbankan apapun demi kebahagiaan anakmu ini. Terima kasih telah memberikan kesempatan kepada saya untuk melanjutkan perkuliahan hingga jenjang master, terima kasih untuk bimbingan, arahan, waktu, support, bantuan, dan doa yang selalu menyertai jalan saya.
- Abang Benny Ronny Pamungkas beserta Kakak Aisyah Kusuma Wardhani selaku Istri yang telah banyak membantu dan membimbing saya selama masa perkuliahan ini, dan yang pasti kedua ponakan Kak Chessa dan Baby Darryna menjadi support system.
- Bapak Ibu dosen Magister Manajemen UMS yang selama ini telah menularkan ilmunya kepada saya.
- Rekan-rekan MM angkatan 2020 kelas A dan B.

KATA PENGANTAR



Assalamu 'alaikum Wr. Wb

Puji syukur senantiasa penulis haturkan kepada Allah SWT atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis ini dengan baik. Tesis ini disusun guna memenuhi syarat guna memperoleh gelar Magister Manajemen Universitas Muhammadiyah Surakarta. Penulis menyadari dalam penyusunan tesis ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak, untuk itu penulis mengucapkan terimakasih kepada :

1. Prof. Dr. Sofyan Anif, M.Si Rektor Universitas Muhammadiyah Surakarta yang telah memberikan ijin dan kesempatan kepada penulis untuk mengikuti dan menyelesaikan Program Pascasarjana Universitas Muhammadiyah Surakarta.
2. M. Farid Wajdi, SE., MM., Ph.D Direktur Program Pascasarjana Universitas Muhammadiyah Surakarta yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menempuh belajar di Magister Manajemen Universitas Muhammadiyah Surakarta.
3. Drs. Wiyadi, M.M., Ph.D selaku Ketua Program Studi Magister Manajemen Universitas Muhammadiyah Surakarta.
4. Soepatini, S.E., M.Si., Ph.D., selaku Pembimbing I yang berkenan meluangkan waktu untuk membimbing dan membantu terselesainya tesis ini.
5. Dr. Edy Purwo Saputro, S.E., M.S., selaku Pembimbing II yang berkenan meluangkan waktu untuk membimbing dan membantu terselesainya tesis ini
6. Bapak dan Ibu dosen Pascasarjana Jurusan Magister Manajemen Universitas Muhammadiyah Surakarta.
7. Kedua orangtua yang senantiasa memberikan dukungan dan semangat sehingga dapat selesai tesis ini.

8. Semua pihak yang telah terlibat dan membantu dalam penyelesaian penulisan tesis ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, hanya ucapan terima kasih yang dapat penulis sampaikan.

Semoga tesis ini bermanfaat bagi penulis dan memberikan masukan bagi dunia pendidikan. Segala kritik dan saran yang membangun akan penulis terima dengan senang hati.

Wa'alaikumsalam Wr. Wb.

Surakarta, 04 Juli 2022

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'ABK' with a stylized flourish and a double quote mark at the end.

ANGGA BRAJA KUSUMA

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
NOTA DINAS PEMBIMBING II	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
PERNYATAAN KEASLIAN TESIS	v
ABSTRAK	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
MOTTO.....	viii
PERSEMBAHAN	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
1.5 Sistematika Penulisan Tesis	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1 Landasan Teori	8
2.2 Penelitian Terdahulu.....	12
2.3 Kerangka Pemikiran Kritis dan Hipotesis	15
2.4 Kerangka Penelitian.....	18
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	20
3.1 Desain Penelitian	20
3.2 Populasi dan Sampel Penelitian.....	20
3.3 Operasional Variabel Penelitian	21
3.4 Prosedur Pengumpulan Data	26

3.6	Teknik Analisis.....	26
3.6.1	Uji Statistik Deskriptif	26
3.6.2	Analisis Uji Validitas Data.....	27
3.6.3	Uji Reliabilitas Data.....	27
3.6.4	Uji Asumsi Klasik.....	27
3.6.5	Uji Hipotesis.....	28
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS DATA		31
4.1	Gambaran Umum	31
4.2	Analisis Deskriptif.....	32
4.3	Tanggapan Responden.....	35
4.4	Uji Instrumen Penelitian.....	39
4.5	Uji Asumsi Klasik	44
4.6	Uji Hipotesis Penelitian.....	46
4.7	Pembahasan	51
BAB PENUTUP.....		54
5.1	Kesimpulan.....	54
5.2	Keterbatasan Penelitian	54
5.3	Saran	54
DAFTAR PUSTAKA		56
LAMPIRAN.....		58

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 penelitian terdahulu.....	12
Tabel 3. 1 Operasional Variabel Penelitian.....	21
Tabel 3. 2 Variabel Kuesioner Penelitian	24
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	33
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	33
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	34
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Rekening Bank yang Dimiliki	34
Tabel 4. 5 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Pengalaman Merek	35
Tabel 4. 6 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kepercayaan Merek	36
Tabel 4. 7 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kepuasan Merek.....	37
Tabel 4. 8 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kepuasan Merek	38
Tabel 4. 9 Hasil Pengujian Validitas CFA	39
Tabel 4. 10 Hasil Pengujian Validitas CFA	40
Tabel 4. 11 Hasil Pengujian Validitas CFA	41
Tabel 4. 12 Hasil Pengujian Reliabilitas	44
Tabel 4. 13 Uji Normalitas.....	44
Tabel 4. 14 Uji Multikolinearitas	45
Tabel 4. 15 Uji Heteroskedastisitas.....	45
Tabel 4. 16 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	46
Tabel 4. 17 Hasil Uji Determinasi (R^2).....	46
Tabel 4. 18 Hasil Uji F.....	47
Tabel 4. 19 Hasil Uji t.....	48

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran.....	19
-------------------------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	59
Lampiran 2. Tabulasi data.....	66
Lampiran 3. Hasil Turnitin.....	90