

PENGARUH *BRAND EXPERIENCE* TERHADAP *BRAND LOYALTY* SMARTPHONE IPHONE YANG DIMEDIASI OLEH *SATISFACTION*



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

Disusun oleh:
YOGI WAHYU PRATAMA
B 100 160 320

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
2020

HALAMAN PENGESAHAN

Yang bertanda tangan dibawah ini telah membaca Skripsi dengan judul :

**PENGARUH *BRAND EXPERIENCE* TERHADAP *BRAND LOYALTY*
SMARTPHONE IPHONE YANG DIMEDIASI OLEH *SATISFACTION*.**

Yang ditulis dan disusun oleh:

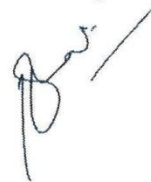
YOGI WAHYU PRATAMA

B 100 160 320

Penanda tangan berpendapat bahwa Skripsi tersebut telah memenuhi syarat untuk diterima.

Surakarta, 24 April 2020

Pembimbing Utama

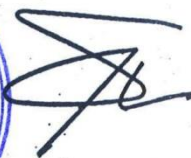


(Soepatini, S.E., M.Si., PhD.)

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Surakarta



(Dr. H. Syamsudin, S.E., M.M.)



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jl. A. Yani Tromol Pos 1 Pabelan Kartosuro Telp. (0271) 717417 Surakarta – 57102

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : **YOGI WAHYU PRATAMA**

NIM : **B 100 160 320**

Jurusan : **MANAJEMEN**

Judul Skripsi : **PENGARUH *BRAND EXPERIENCE* TERHADAP
BRAND LOYALTY SMARTPHONE IPHONE YANG
DIMEDIASI *OLEH SATISFACTION*.**

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya buat dan serahkan ini merupakan hasil karya saya sendiri, kecuali kutipan-kutipan dan ringkasan-ringkasan yang semuanya yang telah saya jelaskan sumbernya. Apabila dikemudian hari terbukti dan atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi apapun dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis atau gelar dan ijazah yang diberikan oleh Universitas Muhammadiyah Surakarta batal saya terima.

Surakarta, 25 April 2020

Yang membuat pernyataan,

YOGI WAHYU PRATAMA

MOTTO

“Barang siapa keluar untuk mencari ilmu, maka dia berada di jalan Allah”

(HR. Turmudzi)

“Suro Duro Jayaningrat Lebur Dening Pangastuti”

-Sunan Kalijaga-

“Dan janganlah kamu berputus asa dari rahmat Allah. Sesungguhnya tiada berputus asa dari rahmat Allah melainkan orang-orang yang kafur”

(Q.S Yusuf : 87)

“Gapailah ambisi setinggi langit! Bermimpilah setinggi langit! Ketika kamu jatuh, kamu akan jatuh di antara bintang-bintang.”

-Ir. Soekarno-

“Yakinlah, ada sesuatu yang menantimu selepas banyak kesabaran (yang kau jalani), yang membuatmu terpana hingga kau lupa betapa pedihnya rasa sakit”

-Ali bin Abi Thalib-

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah atas berkah, rahmat, dan limpahan nikmat-Nya berupa kesehatan dan kesempatan, penulis diberikan kemudahan untuk menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Maha karya ini penulis persembahkan untuk:

1. Allah SWT atas segala kemudahan, kenikmatan, karunia serta hidayah-Nya yang telah diberikan, sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini dengan baik.
2. Suri tauladan nabi Muhammad SAW, yang telah memberi tauladan dan membawa perubahan dari zaman jahiliyah ke zaman yang terang benderang, semoga sholawat serta salam selalu tercurah kepada beliau, keluarga dan para sahabatnya.
3. Kedua orangtua Bapak Sutarno dan Ibu Tri Sumarni beserta Adik Ratna Dwi Amanda yang telah memberikan kasih sayang, nasihat dan masukan, serta selalu mendoakan yang terbaik.
4. Keluarga besar yang selalu memberikan semangat dan keceriaan serta doa dalam setiap perjuanganku.
5. Pembimbing Skripsi Ibu Soepatini, S.E., M.Si., PhD. yang telah membimbing dalam penulisan skripsi.
6. Sahabat serta teman-teman semuanya yang telah memberikan semangat dan dukungan yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu.
7. Almamaterku, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh tidak langsung dari brand experience terhadap brand loyalty yang dimediasi oleh satisfaction produk smartphone iPhone. Jenis dan sumber data dalam penelitian ini adalah data kuantitatif yang merupakan data primer yang didapatkan dari kuesioner.

Sampel dalam penelitian ini adalah masyarakat di kota Surakarta yang aktif menggunakan smartphone iPhone. Sampel dalam penelitian ini 100 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *non probability sampling* yaitu *purposive sampling*. Jenis data yang digunakan pada penelitian ini adalah data primer. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan cara membagikan kuesioner secara *online* menggunakan *google form*. Analisis data menggunakan regresi linear berjenjang. Hasil analisis pada penelitian ini menunjukkan *brand experience* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *satisfaction*, *satisfaction* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *brand loyalty* dan *brand experience* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *brand loyalty* yang dimediasi oleh *satisfaction*.

Kata Kunci: *brand experience, satisfaction, brand loyalty*

ABSTRACT

This study aims to analyze the indirect effect of brand experience on brand loyalty mediated by iPhone smartphone product satisfaction. Types and sources of data in this study are quantitative data which are primary data obtained from the questionnaire.

The sample in this study is the community in the city of Surakarta that actively uses the iPhone smartphone. The sample in this study was 100 respondents. The sampling technique uses a non probability sampling technique that is purposive sampling. The type of data used in this study is primary data. Data collection method used in this study is by distributing questionnaires online using google form . Data analysis using tiered linear regression. The results of the analysis in this study showed that brand experience had a positive and significant effect on satisfaction, satisfaction had a positive and significant effect on brand loyalty and brand experience had a positive and significant effect on brand loyalty mediated by satisfaction.

Keywords: *brand experience, satisfaction, brand loyalty*

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Segala puji dan syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT atas segala rahmat, hidayah, dan anugerah-Nya. Tak lupa sholawat serta salam selalu tercurah kepada Nabi Muhammad SAW beserta keluarga dan para sahabat, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Pengaruh *Brand Experience* terhadap *Brand Loyalty Smartphone* Iphone yang dimediasi oleh *Satisfaction*”. Skripsi ini ditulis guna memenuhi persyaratan memperoleh gelar sarjana ekonomi pada program studi manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak akan terwujud tanpa bimbingan, arahan, dan bantuan dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada:

1. Allah SWT yang tak pernah berhenti melimpahkan segala rahmat, hidayat, petunjuk, dan ridho-Nya kepada penulis, dari awal penyusunan skripsi hingga akhir dengan lancar dan tepat waktu. Dan Juga nabi besar, Muhammad SAW yang telah memberikan keteladanan yang dapat menjadi contoh bagi kami.
2. Bapak Prof. Dr. H. Sofyan Anif, M.Si., selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Surakarta dan segenap pimpinan rektorat Universitas Muhammadiyah Surakarta.
3. Bapak Dr. H. Syamsudin, S.E., M.M., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.

4. Bapak Imronudin, S.E., M.Si., PhD., selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
5. Ibu Soepatini, S.E., M.Si., PhD. selaku dosen pembimbing yang telah sabar memimbing dan memberikan masukan serta arahan dalam penyusunan skripsi.
6. Bapak Imronudin, S.E., M.Si., PhD. beserta Ibu Ir. Irmawati, SE., PhD. selaku penguji skripsi yang telah memberikan arahan dan saran dalam penyusunan skripsi ini.
7. Ibu Zulfa Irawati, SE., M.Si. selaku pembimbing akademis yang telah memberikan dorongannya dalam membantu menyelesaikan perkuliahan penulis.
8. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta khususnya Jurusan Manajemen yang telah membekali penulis ilmu pengetahuan selama menempuh bangku perkuliahan, serta tak lupa seluruh karyawan dan staff Tata Usaha yang telah memberikan kelancaran dalam urusan administrasi.
9. Kedua orangtua saya tercinta yang telah memberikan segala bentuk dukungan, semangat serta doa yang tiada henti..
10. Seluruh pihak keluarga, saudara dan kerabat yang turut serta memberikan dukungan dan doanya kepada penulis.
11. Teman-teman kelas H program studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta angkatan 2016.

12. Teman-teman penulis dari seluruh program studi di Universitas Muhammadiyah Surakarta yang sudah membantu dan memberikan warna yang baik selama penulis berkuliah di Universitas Muhammadiyah Surakarta.
13. Semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu namun memiliki banyak arti dalam kehidupan penulis, terima kasih banyak atas semua yang telah diberikan. Tanpa bermaksud mengabaikan, hanya keterbatasan ruang dan kekhilafan penulis semata.

14. Almamaterku Universitas Muhammadiyah Surakarta

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan baik dari penulisan maupun penyajian. Untuk itu segala saran dan kritik yang membangun semoga berguna bagi penelitian selanjutnya. Semoga skripsi ini bermamfaat bagi semua pihak yang membutuhkan dan menjadi awal kesuksesan penulis di masa depan. Amin ya Rabbal alamin.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Surakarta, April 2020

Penulis

Yogi Wahyu Pratama

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN	v
ABSTRAKSI	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Manfaat Penelitian.....	6
E. Sistematika Penulisan Skripsi.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Landasan Teori.....	9
B. Tinjauan Penelitian Terdahulu	15
C. Hipotesis	17

D. Kerangka Penelitian	20
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Jenis Penelitian.....	22
B. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sample	22
C. Variabel dan Definisi Variabel.....	24
D. Sumber Data.....	27
E. Metode Analisis Data	28
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Gambaran Umum Perusahaan.....	35
B. Deskripsi Data	36
C. Deskripsi Jawaban Responden Terhadap Variabel	39
D. Analisis Data	41
E. Pembahasan	57
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	61
B. Keterbatasan Penelitian	62
C. Saran.....	63
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel IV.1 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	37
Tabel IV.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	38
Tabel IV.3 Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	38
Tabel IV.4 Deskripsi Responden Berdasarkan Pendapatan per Bulan	39
Tabel IV.5 Deskripsi Jawaban Responden Terhadap Brand Experience.....	39
Tabel IV.6 Deskripsi Jawaban Responden Terhadap Satisfaction.....	40
Tabel IV.7 Deskripsi Jawaban Responden Terhadap Satisfaction.....	40
Tabel IV.8 Uji Validitas instrumen untuk variabel Brand Experience	42
Tabel IV.9 Uji Validitas instrumen untuk variabel Satisfaction	43
Tabel IV.10 Uji Validitas instrumen untuk variabel Brand Loyalty.....	44
Tabel IV.11 Hasil Uji Reliabilitas.....	45
Tabel IV.12 Hasil Uji Normalitas	46
Tabel IV.13 Hasil Uji Multikolinearitas	46
Tabel IV.14 Hasil Uji Heteroskedastisitas	47
Tabel IV.15 Output Analisis Regresi Berjenjang	51
Tabel IV.16 Hasil Uji F Model I.....	52
Tabel IV.17 Hasil Uji F Model II	52
Tabel IV.18 Hasil Uji Determinasi (R ²) Model I	54
Tabel IV.19 Hasil Uji Determinasi (R ²) Model II.....	55
Tabel IV.20 Model Analisis Path.....	56

DAFTAR GAMBAR

Gambar II.1	Model Perilaku Konsumen	9
Gambar II.2	Kerangka Penelitian.....	20
Gambar III.1	Model Analisis Regresi Berjenjang.....	31
Gambar IV.1	Kerangka Penelitian Analisis Jalur	56

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

Lampiran 2 Deskripsi Responden

Lampiran 3 Hasil Uji Validitas

Lampiran 4 Hasil Uji Reabilitas

Lampiran 5 Hasil Uji Asumsi Klasik

Lampiran 6 Hasil Uji Analisis Regresi, Koefisien Determinasi (R^2), Uji F, Uji t

Lampiran 7 Tabel r

Lampiran 8 Distribusi Nilai t tabel

Lampiran 9 Distribusi Nilai F tabel

Lampiran 10 Tabulasi Data