

SKRIPSI

HUBUNGAN *BRAND EXPERIENCE*, *BRAND IMAGE*, *BRAND SATISFACTION*, DAN *BRAND LOYALTY* DALAM PESPEKTIF *FOUR-STAGE LOYALTY MODEL* (Studi Terhadap Mahasiswa Manajemen Pengguna *Smartphone* Di Universitas Pasir Pengaraian)

*Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Pada Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian*



OLEH :

REKA MEIYOLA

NIM : 1825057

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS PASIR PENGARAIAN
TAHUN 2023**

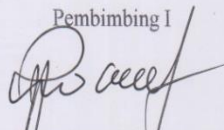
HALAMAN PENGESAHAN

NAMA : REKA MEIYOLA
NIM : 1825057
JUDUL PENELITIAN : HUBUNGAN *BRAND EXPERIENCE*, *BRAND IMAGE*, *BRAND SATISFACTION* DAN *BRAND LOYALTY* DALAM PESPEKTIF *FOUR-STAGE LOYALTY MODEL* (STUDI TERHADAP MAHASISWA PENGGUNA *SMARTPHONE* DI UNIVERSITAS PASIR PENGARAIAN)

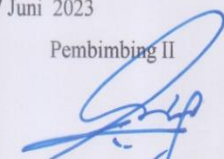
Skripsi ini telah diuji dan dipertahankan pada Ujian Akhir Komprehensif Program Studi Manajemen pada hari Selasa, 30 Mei 2023 dan telah dilakukan perbaikan sesuai dengan simpulan dan saran Tim Penguji.

Pasir Pengaraian, 7 Juni 2023

Pembimbing I

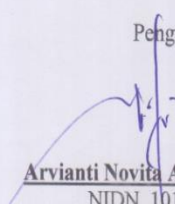

Purwantoro, SE., M.Si
NIDN. 1030049001

Pembimbing II

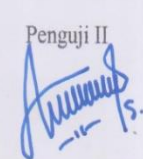

Andi Afrizal, SE., M.Si, AK, CA
NIDN. 1014118301

Penguji Ujian Akhir Komprehensif

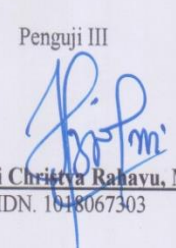
Penguji I


Arvianti Novita Anwar, MM
NIDN. 1013058302

Penguji II


Sherlivana Anggraini, M. Si
NIDN. 1028069201

Penguji III


Dr. Heffi Christya Rahayu, M.Si
NIDN. 1048067303

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian


Arrafiqur Rahman, SE, MM
NIDN. 1018108502

PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Yang bertanda tangan di bawah ini :

NAMA : REKA MEIYOLA
NOMOR MAHASISWA : 1825057
PROGRAM STUDI : MANAJEMEN
JUDUL SKRIPSI : HUBUNGAN *BRAND EXPERIENCE, BRAND IMAGE, BRAND SATISFACTION* DAN *BRAND LOYALTY* DALAM PERSPEKTIF *FOUR-STAGE LOYALTY MODEL* (STUDI TERHADAP MAHASISWA PENGGUNA *SMARTPHONE* DI UNIVERSITAS PASIR PENGARAIAN)

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini merupakan hasil karya saya sendiri dan sepanjang pengetahuan dan keyakinan saya tidak pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademis di suatu Institusi Pendidikan serta tidak juga terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan / atau diterbitkan oleh orang lain. Kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila dikemudian hari ditemukan unsur plagiat, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar akademik yang telah diperoleh karena skripsi saya ini, serta sanksi lainnya sesuai norma yang berlaku di Perguruan Tinggi.

Pasir Pengaraian, 02 Februari 2023

Yang Membuat Pernyataan



REKA MEIYOLA

ABSTRAK

REKA MEIYOLA. NIM: 1825057. 2023. HUBUNGAN BRAND EXPERIENCE, BRAND IMAGE, BRAND SATISFACTION, DAN BRAND LOYALTY DALAM PESPEKTIF FOUR-STAGE LOYALTY MODEL (STUDI TERHADAP MAHASISWA PENGGUNA SMARTPHONE DI UNIVERSITAS PASIR PENGARAIAN). PEMBIMBING I: PURWANTORO, SE.,M.Si DAN PEMBIMBING II: ANDI AFRIZAL, SE, M.Si, AK, CA

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan *brand experience*, *brand image*, *brand satisfaction*, dan *brand loyalty* dalam pespektif *four-stage loyalty model*. Populasi penelitian adalah mahasiswa aktif Prodi Manajemen Universitas Pasir Pengaraian. Jenis penelitian ini adalah penelitian asosiatif. Jumlah sampel yang ditetapkan sebanyak 100 responden dengan menggunakan *accidental sampling*. Teknik pengambilan data terdiri dari kuesioner dan wawancara. Teknik Analisis data menggunakan *structural Equating Modeling* (SEM PLS) dan Smart PLS.

Hasil penelitian menunjukkan *brand experience* berpengaruh signifikan terhadap *brand image*, *brand experience* berpengaruh signifikan terhadap *brand loyalty*, *brand experience* tidak berpengaruh signifikan terhadap *brand statsfaction*, *brand image* berpengaruh signifikan terhadap *brand loyalty*, *brand image* berpengaruh signifikan terhadap *brand statsfaction*, *brand statsfaction* tidak berpengaruh signifikan terhadap *brand loyalty*.

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

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah Shubhanallah wa taala yang telah memberikan rahmat, hidayah serta kekuatan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini

Penulis menyadari sepenuhnya, tanpa bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak, skripsi ini tidak dapat diselesaikan dengan baik. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih setulusnya kepada:

1. Bapak Dr. Hardianto, M. Pd selaku Rektor Universitas Pasir Pengaraian.
2. Bapak Arrafiqur rahman, SE,MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian .
3. Bapak Purwantoro, SE,M.Si selaku Ketua Prodi Manajemen Universitas Pasir Pengaraian, sekaligus selaku pembimbing I yang telah menyediakan waktu untuk membimbing dan memberikan ilmu kepada penulis sampai dengan selesainya pembuatan skripsi ini.
4. Bapak Andi Afrizal, SE, M.Si, AK, CA selaku pembimbing II yang telah menyediakan waktu untuk membimbing dan memberikan ilmu kepada penulis sampai dengan selesainya pembuatan skripsi ini.
5. Dosen-dosen Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian yang telah banyak melimpahkan ilmunya kepada penulis selama penulis menimba ilmu di Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian.

6. Ayahanda dan ibunda tercinta yang telah memberikan nasehat, semangat, dorongan, motivasi dan do'a tanpa henti kepada penulis dalam setiap langkah.
7. Rekan-rekan yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah banyak memberikan andil berupa saran, kritik dan koreksi selama proses penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, oleh karena itu kritik saran yang membangun dari berbagai pihak sangat penulis harapkan demi perbaikan-perbaikan ke depan.

Semoga segala bantuan yang tidak ternilai harganya ini mendapat imbalan di sisi Allah Shubhanallah wa taala sebagai amal ibadah, Amin.

Pasir Pengaraian, Juni 2023

Penulis

REKA MEIYOLA
NIM : 1825057

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN PENGESAHAN

PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

ABSTRAK.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Perumusan Masalah	11
1.3 Tujuan Penelitian	11
1.4 Manfaat Penelitian	12
1.5 Sistematika Penulisan	13

BAB II LANDASAN TEORI, KERANGKA KONSEPTUAL DAN HIPOTESIS

2.1 Landasan Teori	15
2.1.1 Pengertian <i>Brand Experience</i>	15
2.1.2 <i>Brand Image</i>	18
2.1.3 <i>Brand Statisfaction</i>	23
2.1.4 <i>Brand Loyalty</i>	27
2.1.5 <i>Four-Stage Loyalty Model</i>	34
2.2 Penelitian yang Relevan.....	22
2.3 Kerangka Konseptual	43
2.4 Hipotesis	43

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Ruang Lingkup Penelitian	45
3.2 Populasi dan Sampel.....	46

3.3 Jenis dan Sumber Data	48
3.4 Teknik Pengambilan Data	49
3.5 Defenisi Operasional.....	50
3.6 Instrumen Penelitian.....	51
3.7 Teknik Analisis Data	52
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	59
4.1.1 Sejarah Tempat Penelitian.....	59
4.1.2 Visi, Misi dan Tujuan.....	62
4.1.3 Struktur Organisasi	63
4.2 Karakteristik Responden	66
4.3 Analisis Tingkat Capaian Responden (TCR).....	71
4.3.1 Tanggapan Responden terhadap <i>Brand Experience</i>	71
4.3.2 Tanggapan Responden terhadap <i>Brand Image</i>	72
4.3.3 Tanggapan Responden terhadap <i>Brand Statisfaction</i>	72
4.3.4 Tanggapan Responden terhadap <i>Brand Loyalty</i>	73
4.4 Analisa SEM-PLS.....	71
4.4.1 Hasil Evaluasi Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)....	74
4.4.2 Evaluasi Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	78
4.5 Pengujian Hipotesis.....	79
4.6 Pembahasan Penelitian.....	85
BAB V PENUTUP	
5.1 Kesimpulan.....	90
5.2 Saran.....	90

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Data Jumlah Crime Index Polres Rokan Hulu dan Jajaran Tahun 2019-2021.....	3
Tabel 2.1 Penelitian yang Relevan.....	41
Tabel 3.1 Identifikasi dan Operasional Variabel.....	48
Tabel 3.2 Penilaian Skor Terhadap Jawaban Kuesioner.....	50
Tabel 3.3 Nilai Tingkat Capaian Responden (TCR).....	51
Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	66
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Usia.....	66
Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Pendidikan Orang Tua.....	67
Tabel 4.4 Responden Berdasarkan Jumlah Uang Saku Perbulan.....	67
Tabel 4.5 Responden Berdasarkan Jenis <i>Smartphone</i>	68
Tabel 4.6 Responden Berdasarkan Sumber Informasi <i>Smartphone</i>	68
Tabel 4.7 Responden Berdasarkan Cara Pembelian Produk <i>Smartphone</i>	69
Tabel 4.8 Responden Berdasarkan Pekerjaan Orang Tua.....	69
Tabel 4.9 Responden Berdasarkan Bentuk <i>Store</i> Pembelian <i>Smartphone</i>	70
Tabel 4.10 Responden Berdasarkan Waktu Pembelian <i>Smartphone</i>	70
Tabel 4.11 Tanggapan Responden terhadap <i>Brand Experience</i>	71
Tabel 4.12 Tanggapan Responden terhadap <i>Brand Image</i>	72
Tabel 4.13 Tanggapan Responden terhadap <i>Brand Satisfaction</i>	72
Tabel 4.14 Tanggapan Responden terhadap <i>Brand Loyalty</i>	73
Tabel 4.15 Nilai <i>Outer Loading</i> pada olah data SEM-PLS.....	75
Tabel 4.16 Nilai AVE pada olah data SEM-PLS Tahap 1.....	76
Tabel 4.17 <i>Composite Reliability</i>	77
Tabel 4.18 Nilai R-Square	78
Tabel 4.19 Hasil Pengujian Hipotesis.....	82

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Faktor-faktor Dalam Membangun Budaya Organisasi.....	24
Gambar 2.2 Kerangka Konseptual.....	44
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian	64
Gambar 4.2 Model Struktural <i>Partial Least Square</i>	74
Gambar 4.3 Hasil T-Statistik berdasarkan <i>Ouput Bootstrapping</i>	81