

**PENGARUH KEPERIBADIAN MEREK DAN PENGALAMAN
MEREK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DAN
LOYALITAS MEREK MACBOOK PRO APPLE
DI SURABAYA**



OLEH:

SISHILIA NOVA CITRA DEWI

3103012046

JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2016

**PENGARUH KEPERIBADIAN MEREK DAN PENGALAMAN
MEREK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DAN
LOYALITAS MEREK MACBOOK PRO APPLE
DI SURABAYA**

SKRIPSI

Diajukan kepada
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Jurusan Manajemen

OLEH:
Sishilia Nova Citra Dewi
3103012046

JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2016

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

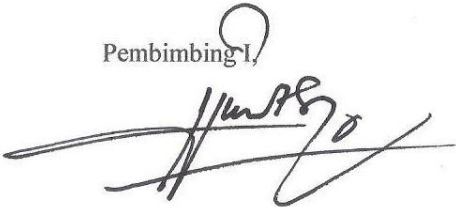
**PENGARUH KEPERIBADIAN MEREK DAN PENGALAMAN
MEREK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DAN
LOYALITAS MEREK MACBOOK PRO APPLE
DI SURABAYA**

OLEH:

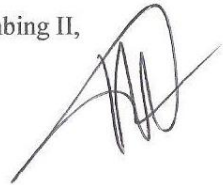
Sishilia Nova Citra Dewi
3103012046

Telah Disetujui dan Diterima dengan Baik
Untuk Diajukan Kepada Tim Penguji

Pembimbing I,

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Prof. Dr. Teman Koesmono', written over a horizontal line.

Pembimbing II,

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Dra. Ec. Maria Goretti Temengkol', written over a horizontal line.

Prof. Dr. Teman Koesmono, MM

Tanggal: 2 Februari 2016

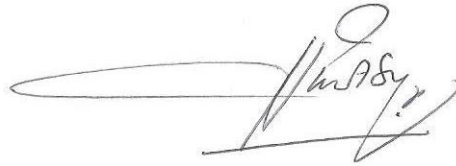
Dra. Ec. Maria Goretti Temengkol, MM

Tanggal: 2 Februari 2016

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh Sishilia Nova Citra Dewi, NRP 3103012046. Telah diuji pada tanggal 30 Januari 2016 dan dinyatakan lulus oleh Tim Penguji.

Ketua Tim Penguji:



Prof. Dr. Drs. Ec. Teman Koesmono, MM
NIK. 311.87.0134

Mengetahui:

Dekan,

Dr. Lodovikus Lasdi, MM, Ak., CA
NIK. 321.99.0370

Ketua Jurusan,



Elisabeth Supriharyanti, SE., M.Si
NIK. 311.99.0369

**PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH dan
PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH**

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai mahasiswa Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Sishilia Nova Citra Dewi

NRP : 3103012046

Judul Skripsi : Pengaruh Kepribadian Merek Dan Pengalaman Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Loyalitas Merek MacBook Pro Apple Di Surabaya

Menyatakan bahwa tugas akhir skripsi ini adalah ASLI karya tulis saya. Apabila terbukti karya ini merupakan plagiarisme, saya bersedia menerima sanksi yang akan diberikan oleh Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. Saya menyetujui pula bahwa karya tulis ini dipublikasikan/ditampilkan di internet atau media lain (*digital library* Perpustakaan Unika Widya Mandala Surabaya) untuk kepentingan akademik sebatas sesuai dengan Undang-Undang Hak Cipta.

Demikian pernyataan keaslian dan persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, Januari 2016

Yang menyatakan



(Sishilia Nova Citra Dewi)

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena rahmat dan bimbingan-Nya penulis dapat menyelesaikan penulisan tugas akhir ini dengan baik dan tepat waktu. Penulisan tugas akhir berjudul “Pengaruh Kepribadian Merek Dan Pengalaman Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Loyalitas Merek MacBook Pro Apple Di Surabaya”. Maksud dan tujuan di pembuatan tugas akhir ini adalah untuk memenuhi persyaratan penyelesaian Program Pendidikan S-1 Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Dalam penyusunan tugas akhir ini, telah banyak pihak yang membantu penulis baik secara langsung maupun tak langsung. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati penulis ingin menyampaikan terima kasih yang tak terhingga antara lain untuk:

1. Dr. Lodovicus Lasdi, MM,. Ak.,CA selaku Dekan Falkutas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
2. Elisabeth Supriharyati, SE. M.Si selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
3. Prof. Dr. Drs. Ec. Teman Koesmono, MM sebagai dosen pembimbing 1 yang telah membimbing, memberikan segala masukan dan mengarahkan penulis sejak awal pembuatan tugas akhir hingga terselesaikan dengan baik penulisan tugas akhir ini.
4. Dra. Ec. Maria Goretti Temengkol, MM sebagai dosen pembimbing 2 yang telah membimbing, memberikan segala masukan dan mengarahkan penulis sejak awal pembuatan tugas akhir hingga terselesaikan dengan baik penulisan tugas akhir ini.

5. Semua Bapak/Ibu dosen yang telah mengajar dan membagikan pengetahuan semasa penulis kuliah selama ini.
6. Orang tua dan saudara, atas dukungan doa serta *support* yang diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan studi selama ini.
7. Teman-teman yang telah memberikan dukungan selama kuliah sampai saat ini dan membantu memberikan masukan-masukan dalam menyelesaikan penulisan tugas akhir ini.
8. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan secara detail namun memiliki kontribusi besar dalam penyusunan tugas akhir ini.

Penulis menyadari bahwa tugas akhir ini masih jauh dari kata sempurna, mengingat keterbatasan waktu, pikiran, tenaga, dan materi yang ada pada diri penulis. Oleh sebab itu, penulis tidak menutup kemungkinan adanya kritik maupun saran dari semua pihak. Penulis dengan segala kerendahan hati berharap semoga tugas akhir ini bermanfaat dan berguna bagi pihak yang membutuhkannya.

Surabaya, Januari 2016

Sishilia Nova Citra Dewi

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
ABSTRAK.....	xiv
<i>ABSTRACT</i>	xv
BAB 1. PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah	9
1.3. Tujuan Penelitian	9
1.4. Manfaat Penelitian	10
1.5. Sistematika Skripsi	10
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Penelitian Terdahulu	12
2.2. Landasan Teori.....	14
2.2.1. Merek.....	14
2.2.2. Kepribadian Merek.....	17
2.2.3. Pengalaman Merek.....	19

2.2.4. Kepuasan Konsumen.....	27
2.2.5. Loyalitas Merek.....	32
2.2.6. Pengaruh Antar Variabel.....	37
2.3. Model Penelitian	42
2.4. Hipotesis.....	42
BAB 3. METODE PENELITIAN	
3.1. Desain Penelitian.....	44
3.2. Identifikasi Variabel.....	44
3.3. Definisi Operasional.....	44
3.4. Jenis dan Sumber Data	46
3.5. Pengukuran Variabel	47
3.6. Alat dan Metode Pengumpulan Data.....	48
3.7. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel	48
3.8. Teknik Analisis Data.....	49
3.8.1. Asumsi-Asumsi SEM.....	50
3.8.2. Uji Hipotesis.....	56
BAB 4. PEMBAHASAN	
4.1. Karakteristik Responden	57
4.2. Statistik Deskriptif Variabel Penelitian	61
4.3. Analisis Data	66
4.4. Uji Validitas dan Reliabilitas	68
4.5. Uji Kecocokan Keseluruhan Model	72
4.6. Persamaan Struktural.....	73
4.7. Uji Hipotesis.....	75
4.8. Pembahasan.....	76
4.8.1. Kepribadian Merek Berpengaruh Terhadap Kepuasan Konsumen.....	76

4.8.2. Pengalaman Merek Berpengaruh Terhadap	
Kepuasan Konsumen.....	78
4.8.3. Kepribadian Merek Berpengaruh Terhadap	
Loyalitas Merek.....	79
4.8.4. Pengalaman Merek Berpengaruh Terhadap	
Loyalitas Merek.....	80
4.8.5. Kepuasan Konsumen Berpengaruh Terhadap	
Loyalitas Merek.....	82
BAB 5. SIMPULAN DAN SARAN	
5.1. Simpulan	84
5.2. Saran.....	85
DAFTAR KEPUSTAKAAN	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1. Pengiriman Laptop Diseluruh Dunia Tahun 2014.....	2
Tabel 2.1. Perbedaan Penelitian Terdahulu dengan Penelitian Sekarang.....	12
Tabel 4.1. Jenis Kelamin.....	57
Tabel 4.2. Usia.....	58
Tabel 4.3. Pekerjaan.....	58
Tabel 4.4. Lama Menggunakan MacBook Pro Apple.....	59
Tabel 4.5. Pendidikan.....	60
Tabel 4.6. Pendapatan Bersih Per Bulan.....	60
Tabel 4.7. Interval Rata-Rata Skor.....	61
Tabel 4.8. Statistik Deskriptif Variabel Kepribadian Merek.....	62
Tabel 4.9. Statistik Deskriptif Variabel Pengalaman Merek.....	63
Tabel 4.10. Statistik Deskriptif Variabel Kepuasan Konsumen.....	64
Tabel 4.11. Statistik Deskriptif Variabel Loyalitas Merek	65
Tabel 4.12. Hasil Uji <i>Univariate Normality</i>	66
Tabel 4.13. Hasil Uji <i>Multivariate Normality</i>	67
Tabel 4.14. Hasil Uji Validitas.....	68
Tabel 4.15. Hasil Uji Reliabilitas Kepribadian Merek.....	70
Tabel 4.16. Hasil Uji Reliabilitas Pengalaman Merek.....	71
Tabel 4.17. Hasil Uji Reliabilitas Kepuasan Konsumen.....	71

Tabel 4.18. Hasil Uji Reliabilitas Loyalitas Merek	72
Tabel 4.19. <i>Goodness of-Fit Index</i>	73
Tabel 4.20. Hasil Uji Hipotesis Penelitian.....	75

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. Kerangka Konseptual.....	42

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner

Lampiran 2. Karakteristik Responden

Lampiran 3. Statistik Deskriptif

Lampiran 4. Uji Normalitas

Lampiran 5. *Output* LISREL

Lampiran 6. *Path* Diagram

**PENGARUH KEPERIBADIAN MEREK DAN PENGALAMAN
MEREK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DAN
LOYALITAS MEREK MACBOOK PRO APPLE
DI SURABAYA**

ABSTRAK

Penelitian yang dilakukan ini bertujuan untuk mengetahui hubungan serta pengaruh kepribadian merek dan pengalaman merek terhadap kepuasan konsumen dan loyalitas merek MacBook Pro Apple di Surabaya. Penelitian ini menggunakan metode *Structural Equation Modeling* (SEM). Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *purposive sampling*. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 150 responden. Karakteristik sampel dalam penelitian ini yaitu konsumen yang pernah menggunakan MacBook Pro Apple dalam 1 tahun terakhir, dan berusia minimum 22 tahun (diasumsikan responden telah bekerja).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepribadian merek berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan konsumen, pengalaman merek berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan konsumen, kepribadian merek berpengaruh signifikan dan positif terhadap loyalitas merek, pengalaman merek berpengaruh signifikan dan positif terhadap loyalitas merek, dan kepuasan konsumen berpengaruh signifikan dan positif terhadap loyalitas merek MacBook Pro Apple di Surabaya. Hasil ini diperkuat dengan hasil uji validitas, reliabilitas dan pengujian kecocokan model pada masing-masing indikator pada setiap variabel.

Kata Kunci: Kepribadian Merek, Pengalaman Merek, Kepuasan Konsumen, Loyalitas Merek.

**THE EFFECT OF BRAND PERSONALITY AND BRAND
EXPERIENCE ON CUSTOMER SATISFACTION AND
BRAND LOYALTY MACBOOK PRO APPLE
IN SURABAYA**

ABSTRACT

This research aims to determine the relationship and influence of brand personality and brand experience on consumer satisfaction and brand loyalty Apple MacBook Pro in Surabaya. This study using Structural Equation Modeling (SEM). The sampling technique in this study using purposive sampling. The sample used in this study were 150 respondents. Characteristics of the sample in this research that customers who have used Apple MacBook Pro in the last 1 year, and a minimum age of 22 years (assuming the respondents had worked).

The results showed that the brand personality significant and positive impact on consumer satisfaction, brand experience significant and positive impact on consumer satisfaction, brand personality significant and positive impact on brand loyalty, brand experience significant and positive impact on brand loyalty, and customer satisfaction have significant influence and positively to the brand loyalty of Apple MacBook Pro in Surabaya. These results were confirmed by test results validity, reliability and compatibility testing of models in each of the indicators in each variable.

Key Words: Brand Personality, Brand Experience, Customer Satisfaction, Brand Loyalty.