

**PENGARUH PENGALAMAN PEMASARAN, EMOSIONAL MEREK DAN
KEPERCAYAAN MEREK TERHADAP LOYALITAS MEREK
(STUDI PADA KONSUMEN SMARTPHONE ASUS MAHASISWA
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA)**

***THE INFLUENCE OF MARKETING EXPERIENCE, EMOTIONAL
BRANDING AND BRAND TRUST TOWARD THE BRAND LOYALTY
(STUDY ON THE CONSUMER SMARTPHONE ASUS STUDENTS
UNIVERSITY MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA)***

SKRIPSI

Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan untuk Memperoleh Gelar Sarjana
Pada Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Oleh :

DEWI SUSANTI

20120410079

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA

2016

SKRIPSI

**PENGARUH PENGALAMAN PEMASARAN, EMOSIONAL MEREK DAN
KEPERCAYAAN MEREK TERHADAP LOYALITAS MEREK
(STUDI PADA KONSUMEN SMARTPHONE ASUS MAHASISWA
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA)**

***THE INFLUENCE OF MARKETING EXPERIENCE, EMOTIONAL
BRANDING AND BRAND TRUST TOWARD THE BRAND LOYALTY
(STUDY ON THE CONSUMER SMARTPHONE ASUS STUDENTS
UNIVERSITY MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA)***



Diajukan Oleh

DEWI SUSANTI

20120410079

Telah disetujui Dosen Pembimbing

Pembimbing

**Dr. Siti Dyah Handayani, M.M.
NIK. 19680531199202143012**

Tanggal 1 November 2016

SKRIPSI

**PENGARUH PENGALAMAN PEMASARAN, EMOSIONAL MEREK DAN
KEPERCAYAAN MEREK TERHADAP LOYALITAS MEREK
(STUDI PADA KONSUMEN SMARTPHONE ASUS MAHASISWA
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA)**

***THE INFLUENCE OF MARKETING EXPERIENCE, EMOTIONAL
BRANDING AND BRAND TRUST TOWARD THE BRAND LOYALTY
(STUDY ON THE CONSUMER SMARTPHONE ASUS STUDENTS
UNIVERSITY MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA)***

Diajukan Oleh:

DEWI SUSANTI

20120410079

Skripsi ini telah Dipertahankan dan Disahkan di Depan
Dewan Penguji Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
Tanggal 23 November 2016

Yang terdiri dari :

Dr. Susanto, MS
Ketua Tim Penguji

Dr. Siti Dyah Handayani, M.M.
Anggota Tim Penguji

Misbahul Anwar, SE., M.Si
Anggota Tim Penguji

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Dr. Nano Prawoto, SE., M.Si
NIK. 19660604199202143016

PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : Dewi Susanti

Nomor Mahasiswa : 20120410079

Menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul: “PENGARUH PENGALAMAN PEMASARAN, EMOSIONAL MEREK DAN KEPERCAYAAN MEREK TERHADAP LOYALITAS MEREK (STUDI PADA KONSUMEN SMARTPHONE ASUS MAHASISWA UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA)” tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam Daftar Pustaka. Apabila ternyata dalam skripsi ini diketahui terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain maka saya bersedia karya tersebut dibatalkan.

Yogyakarta, 1 November 2016

Dewi Susanti

MOTTO

Kesuksesan adalah perjalanan dari satu kegagalan kepada kegagalan yang lain tanpa kehilangan antusiasme.

“Learn from the past, live for the today and plan for tomorrow”

Belajarliah dari masa lalu, hiduplah di masa sekarang dan rencanakan untuk hari esok

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

(HR.Turmudzi)

“Barang siapa merasa letih di malam hari karena berkerja, maka di malam itu ia diampuni”.

(H.R. Ahmad)

Jika anda tidak pernah memutuskan untuk berhenti, maka anda tidak akan pernah terkalahkan (Ted Turner)

PERSEMBAHAN

Skripsi ini berjalan lancar berkat dukungan dari berbagai pihak yang turut serta berbagi doa untuk saya. Untuk itu, saya ingin mempersembahkan skripsi ini dan berterimakasih kepada:

1. Allah SWT yang Maha Pemberi Petunjuk. Alhamdulillah Allah telah memberikan saya kekuatan hati, kesabaran dan memudahkan dalam segala hal.
2. Orang tua saya, Bapak Kamal dan Ibu Masrupi, yang telah memberikan saya dukungan, doa dan nasihat. Serta dukungan financial yang cukup banyak. Saya sangat berterimakasih kepada bapak dan ibu karena sudah mau mengeluarkan banyak dukungan moril dan materi kepada anak bapak/ibu ini dalam mengejar gelar sarjana.
3. Kakak saya Angga Saputra, serta adik bungsu saya Ibnu Saputra, terimakasih telah memberi dukungan agar saya cepat menjadi sarjana.
4. Nenek saya Ny. Sukarti yang selalu memberi doa dan nasihat agar bisa menjadi orang sukses dan berpendidikan tinggi.
5. Keluarga Besarku, terimakasih atas dukungan dan doa kalian semua.
6. Dosen pembimbing saya Ibu Siti Dyah Handayani, yang selama berbulan-bulan telah sabar memberi arahan dan saran dalam pengerjaan proposal sampai skripsi. Terimakasih atas semua yang diajarkan dan semoga Allah membalas jasa Ibu Siti Dyah Handayani.

7. Dosen penguji saya Bpk Susanto, Bpk Misbahul Anwar dan Ibu Siti Dyah Handayani. Terimakasih telah menguji dan mengoreksi revisi saya. Serta semua dosen dan staff prodi Manajemen Fakultas Ekonomi UMY.
8. Sahabat saya Dwi Wijayanti yang selalu membantu dan mengingatkan saya untuk segera menyelesaikan skripsi.
9. Teman-teman manajemen angkatan 2012, yang sama-sama berjuang untuk mencapai kesuksesan dalam pembuatan skripsi.

Semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi siapa pun yang membacanya.

Terimakasih.

Yogyakarta, 1 November 2016

INTISARI

Penelitian ini bertujuan menganalisis Pengaruh Pengalaman Pemasaran, Emosional Merek dan Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Merek (Studi Pada Konsumen Smartphone ASUS Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta). Objek dari penelitian ini adalah konsumen Smartphone ASUS, sedangkan subjeknya adalah mahasiswa yang menggunakan Smartphone ASUS yang ada di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Pengambilan sampel dilakukan dengan teknik *convenience sampling*. Analisis data dilakukan dengan menggunakan analisis regresi linier berganda. Sebelum dilakukan analisis data terlebih dahulu dilakukan uji kualitas instrumen meliputi uji validitas dan uji reliabilitas.

Hasil analisis yang dilakukan menunjukkan pengalaman pemasaran, emosional merek dan kepercayaan merek secara simultan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas merek *Smartphone* ASUS. Pengalaman pemasaran berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas merek *Smartphone* ASUS. Emosional merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas merek *Smartphone* ASUS. Kepercayaan merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas merek *Smartphone* ASUS.

Kata Kunci : Pengalaman Pemasaran, Emosional Merek, Kepercayaan Merek, Loyalitas Merek.

ABSTRACT

This research aims to analyze the influence of Marketing Experience, Emotional Branding and Brand Trust toward the Brand Loyalty (A Study on ASUS Smartphone's Customers Student In University Of Muhammadiyah Yogyakarta). The object of this research was the customers of ASUS Smartphone, while the subject of the research was the student use the ASUS Smartphone in University Of Muhammadiyah Yogyakarta. The sample collecting was done by using convenience sampling technique. The data analysis was done by using the multiple linear regression analysis. Before the data analysis, there was an instrument quality test including the validity test and reliability test.

The result of the analysis showed that the marketing experience, emotional branding and brand trust are simultaneously gave significant influence toward the brand loyalty of ASUS Smartphone. The marketing experience has positive and significant influence toward the brand loyalty of ASUS Smartphone. The emotional branding has positive and significant influence toward the brand loyalty of ASUS Smartphone. The brand trust has positive and significant influence toward the brand loyalty of ASUS Smartphone.

Key Words: Marketing Experience, Emotional Branding, Brand Trust, Brand Loyalty

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb.

Puji dan syukur penulis ucapkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan karuniaNya. Sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Shalawat serta salam penulis panjatkan pada junjungan kita Nabi Besar Muhammad SAW yang menjadi suri tauladan bagi kehidupan kita semua. Alhamdulillah penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “Pengaruh Pengalaman Pemasaran, Emosional Merek dan Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Merek (Studi Pada Konsumen Smartphone Asus)”. Tugas akhir ini tidak akan selesai tanpa bantuan dari orang lain, oleh karena itu penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Nano Prawoto, SE., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. Ibu Retno Widowati PA, M.Si., Ph. selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
3. Ibu Dr. Siti Dyah Handayani, M.M. selaku dosen pembimbing , terimakasih atas saran dan kritik sehingga skripsi ini dapat diselesaikan.
4. Seluruh dosen Manajemen Fakultas Ekonomi UMY
5. Keluargaku terimakasih atas dukungan dan doa yang sangat besar.
6. Semua pihak yang telah memberikan dukungan dan bantuan selama proses penyelesaian skripsi ini.

Penulis berharap skripsi ini bermanfaat bagi pembaca umumnya. Penulis sangat mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 1 November 2016

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN DEWAN PENGUJI	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
INTISARI	viii
ABSTRAK	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I ..PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Batasan Masalah	6
C. Rumusan Masalah	6
D. Tujuan Penelitian	7
E. Manfaat Penelitian	7

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori	9
1. Pengalaman Pemasaran	9
2. Emosional Merek	11
3. Kepercayaan Merek	15
4. Loyalitas Merek	16
B. Hasil Penelitian Terdahulu	18
C. Penurunan Hipotesis	19
D. Model Penelitian	21

BAB III METODE PENELITIAN

A. Objek dan Subjek Penelitian	22
B. Jenis Data	22
C. Teknik Pengambilan Sampel	22
D. Teknik Pengumpulan Data	24
E. Definisi Operasional Variabel Penelitian	24
F. Pengujian Kualitas Instrumen Penelitian	27
G. Metode Analisis Data dan Uji Hipotesis	28

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian	32
B. Hasil Pengumpulan Data	35
C. Uji Kualitas Instrumen	35
D. Hasil Penelitian	37
E. Analisis Data dan Uji Hipotesis	41
F. Pembahasan	43

BAB V SIMPULAN, KETERBATASAN PENELITIAN DAN SARAN

A. Simpulan	47
B. Keterbatasan Penelitian	48
C. Saran	48

DAFTAR PUSTAKA	49
----------------------	----

LAMPIRAN	51
----------------	----