

**PENGARUH *BRAND IMAGE*, *BRAND TRUST*, DAN *BRAND EXPERIENCE* TERHADAP *BRAND LOYALTY* PADA
SMARTPHONE IPHONE
(Studi Pada Mahasiswa UNSOED, UMP, DAN UIN SAIZU)**



SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Manajemen S1

**DILLA FITRIANI
1902010424**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN S1
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PURWOKERTO
2023**

HALAMAN JUDUL

**PENGARUH *BRAND IMAGE*, *BRAND TRUST*, DAN *BRAND EXPERIENCE* TERHADAP *BRAND LOYALTY* PADA
SMARTPHONE IPHONE
(Studi Pada Mahasiswa UNSOED, UMP, DAN UIN SAIZU)**



SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Manajemen S1

DILLA FITRIANI
1902010424

PROGRAM STUDI MANAJEMEN S1
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PURWOKERTO
2023

HALAMAN PERSETUJUAN

**PENGARUH *BRAND IMAGE*, *BRAND TRUST*, DAN *BRAND EXPERIENCE* TERHADAP *BRAND LOYALTY* PADA
SMARTPHONE IPHONE
(Studi Pada Mahasiswa UNSOED, UMP, DAN UIN SAIZU)**



SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Manajemen S1

Oleh :
DILLA FITRIANI
1902010424

Diperiksa dan disetujui oleh Pembimbing



Restu Frida Utami, S.E., M.Si
NIK. 2160496

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang diajukan oleh :

Nama : Dilla Fitriani
NIM : 1902010424
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto
Judul : **Pengaruh *Brand Image*, *Brand Trust*, dan *Brand Experience* Terhadap *Brand Loyalty* Pada *Smartphone Iphone* (Studi Pada Mahasiswa UNSOED, UMP, DAN UIN SAIZU)**

telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S.M) pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Purwokerto.

DEWAN PENGUJI

Ketua : Restu Frida Utami, SE., M.Si ()

Anggota 1 : Dr. Wida Purwidiyanti S.E, M.Sc ()

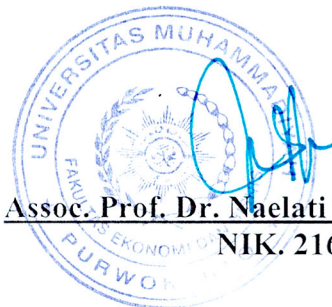
Anggota 2 : Alfato Yusnar Kharimasyah, S.E., M.Si ()

Ditetapkan di : Purwokerto

Tanggal : 2023

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Assoc. Prof. Dr. Naelati Tubastuvi, SE, M.Si.

NIK. 2160187

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Dilla Fitriani
NIM : 1902010424
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto

menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa skripsi ini adalah hasil karya saya dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar serta bukan hasil penjiplakan dari karya orang lain.

Demikian pernyataan ini saya buat dan apabila kelak dikemudian hari terbukti ada unsur penjiplakan, saya bersedia mempertanggungjawabkan sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Purwokerto, 2023
Yang membuat pernyataan



Dilla Fitriani

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Universitas Muhammadiyah Purwokerto dan demi pengembangan ilmu pengetahuan, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dilla Fitriani
NIM : 1902020424
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto
Jenis Karya : Skripsi

menyetujui untuk memberikan Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) kepada Universitas Muhammadiyah Purwokerto atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**PENGARUH BRAND IMAGE, BRAND TRUST, DAN BRAND
EXPERIENCE TERHADAP BRAND LOYALTY PADA SMARTPHONE
IPHONE**

(Studi Pada Mahasiswa UNSOED, UMP, DAN UIN SAIZU)

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Muhammadiyah Purwokerto berhak menyimpan, mengalihmedi/mengalihformatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya dengan tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Purwokerto

Pada tanggal : 2023

Yang Menyatakan,



Dilla Fitriani

MOTTO

“Sesungguhnya bersama kesulitan itu ada kemudahan. Maka apabila kamu telah selesai (dari suatu urusan), tetaplah bekerja keras (untuk urusan yang lain). Dan hanya kepada Tuhanmulah engkau berharap.”

(QS. Al-Insyirah : 6-8)

“Jalan pelan-pelan bukan berarti terlambat, bukan berarti tidak mampu jalan lebih cepat. Terkadang kita perlu hidup seperti kura-kura sebentar, untuk merasakan banyak hal dengan waktu yang lebih lama. Untuk bisa memaksimalkan sebuah moment, karena tidak semua hal bisa kejadian dua kali.”

(Rintik Sedu)

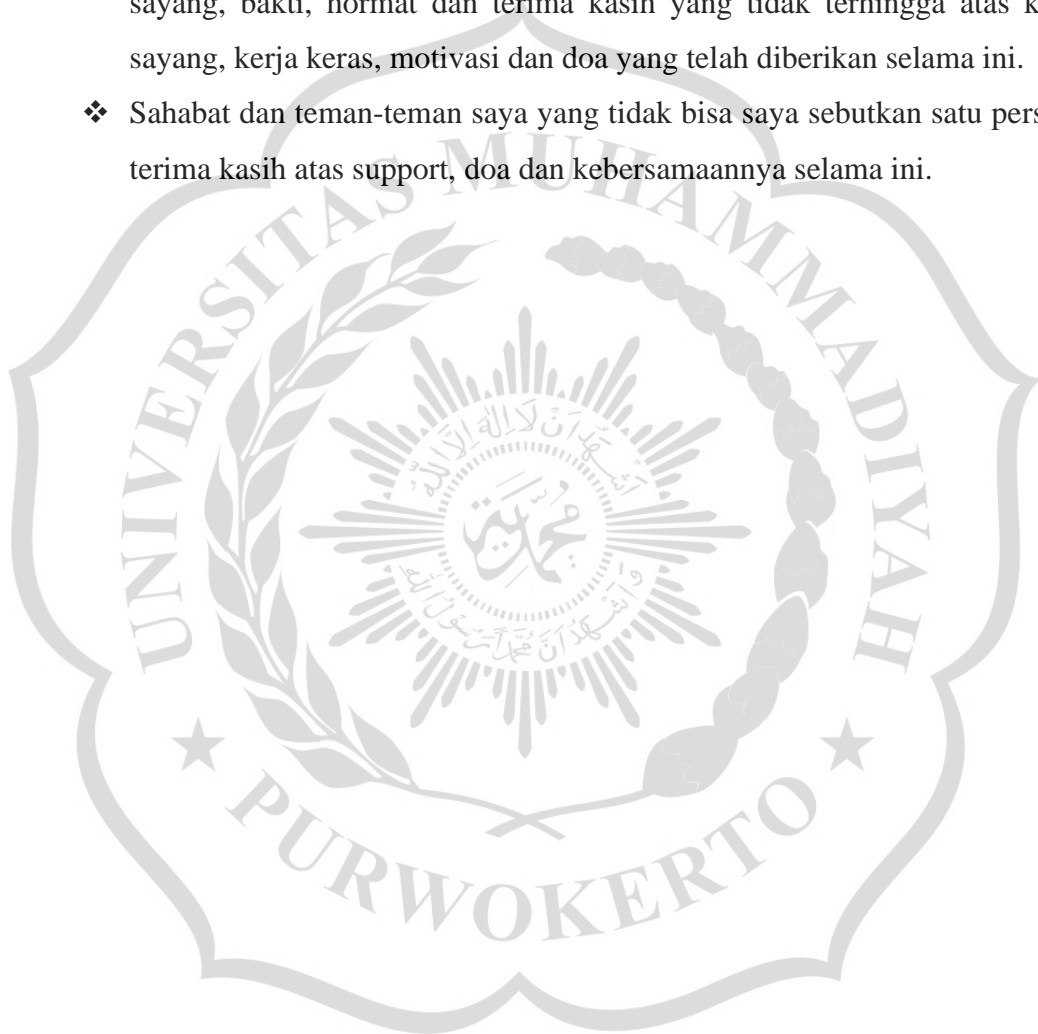
“Entah doamu yang mana dan usahamu yang seberapa, kamu tidak pernah tahu mana yang membuahkan hasil. Tugasmu hanya satu diantara keduanya, yaitu perbanyaklah.”

(Renjana dan Asa)

PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk :

- ❖ Orang tua saya Bapak Efendi dan Ibu Eni Susaeni tercinta sebagai tanda sayang, bakti, hormat dan terima kasih yang tidak terhingga atas kasih sayang, kerja keras, motivasi dan doa yang telah diberikan selama ini.
- ❖ Sahabat dan teman-teman saya yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu, terima kasih atas support, doa dan kebersamaannya selama ini.



KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT, karena atas berkat dan Rahmat Nya, saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto. Saya menyadari tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada :

1. Allah SWT yang telah memberikan rahmat kepada saya melalui kesehatan, semangat, dan inspirasi yang membuat saya terus bekerja keras untuk mencapai hasil terbaik.
2. Dr. Jebul Suroso, S.Kp.,Ns. M.Kep. selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Purwokerto.
3. Assoc. Prof. Dr. Naelati Tubastuvi, S.E., M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto yang telah memberi berbagai informasi dan bimbingan tentang tata laksana penyusunan skripsi kepada saya.
4. Dr. Suyoto, M.Si., Ph.D. selaku Ketua Program Studi Manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto yang telah memberi berbagai informasi dan bimbingan tentang tata laksana penyusunan skripsi kepada saya.
5. Restu Frida Utami, SE., M.Si, selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing, mengarahkan dan memberi masukan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan tepat pada waktunya.
6. Dr. Wida Purwidiyanti S.E, M.Sc, selaku dosen pembimbing akademik sekaligus dosen penguji 1 yang telah memberikan arahan dan saran yang sangat membangun sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

7. Alfato Yusnar Kharimasyah,S.E., M.Si, selaku dosen penguji 2 yang telah memberikan arahan dan saran yang sangat membangun sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
8. Bapak/Ibu dosen, seluruh staff dan karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan selama berada di bangku perkuliahan dan atas segala bantuan dalam bentuk pelayanan serta fasilitas yang diberikan.
9. Untuk diri sendiri yang telah berusaha, semangat berjuang, bertahan dan tidak menyerah hingga titik ini.
10. Untuk kedua orang tua saya Bapak Efendi dan Ibu Eni Susaeni yang selalu memberikan dukungan baik moral maupun materil serta doa yang tiada henti kepada saya dalam proses penyusunan skripsi ini.
11. Untuk Sahabat saya Anida Rahma, Erika Leony, Farros, Hariyani, Huuriyah Hisaanah, Jasmine Aulia, Maida Riyani, Putri Megasari dan Rabiah Az-zahra terimakasih telah menjadi sahabat dan teman baik selama ini dan sudah mau bersedia mendengarkan keluh kesahku selama proses menyelesaikan skripsi ini.

Akhir kata, saya berharap Allah SWT berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu. Aamiin.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Purwokerto, 2023

Penulis,

Dilla Fitriani

**PENGARUH *BRAND IMAGE*, *BRAND TRUST*, DAN *BRAND EXPERIENCE* TERHADAP *BRAND LOYALTY* PADA SMARTPHONE IPHONE
(Studi Pada Mahasiswa UNSOED,UMP, DAN UIN SAIZU)**

Dilla Fitriani¹, Restu Frida Utami, SE., M.Si²

**Program Studi Manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Purwokerto**

dillaaftrni@gmail.com¹

restufridautami06@yahoo.co.id²

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh *brand image*, *brand trust*, dan *brand experience* terhadap *brand loyalty* pada pengguna *smartphone iphone* studi pada mahasiswa Unsoed, Ump, dan Uin Saizu. Pemilihan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan *purposive sampling*. Berdasarkan kriteria didapatkan 100 responden yang menjadi sampel. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu statistik deskriptif, uji instrumen, uji asumsi klasik, analisis regresi berganda dan uji hipotesis. Hasil analisis menunjukkan bahwa secara simultan *brand image*, *brand trust*, dan *brand experience* berpengaruh terhadap *brand loyalty*. Kemudian secara parsial *brand image*, *brand trust*, dan *brand experience* berpengaruh positif terhadap *brand loyalty*.

Kata Kunci : *brand image*, *brand trust*, *brand experience*, *brand loyalty*.

**THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE, BRAND TRUST, AND BRAND EXPERIENCE ON BRAND LOYALTY ON IPHONE SMARTPHONES
(Studies on UNSOED, UMP, AND UIN SAIZU Students)**

Dilla Fitriani¹, Restu Frida Utami, SE., M.Si²

Program Studi Manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Purwokerto

dillaaftrni@gmail.com¹

restufridautami06@yahoo.co.id²

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the effect of brand image, brand trust, and brand experience on brand loyalty in iPhone smartphone users studying Unsoed, Ump, and Uin Saizu students. The selection of the sample in this study was carried out by purposive sampling. Based on the criteria, 100 respondents were sampled. Data analysis techniques used in this study are descriptive statistics, instrument testing, classical assumption testing, multiple regression analysis and hypothesis testing. The results of the analysis show that simultaneously brand image, brand trust, and brand experience have an effect on brand loyalty. Then partially brand image, brand trust, and brand experience have a positive effect on brand loyalty.

Keywords : *brand image, brand trust, brand experience, brand loyalty.*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
ABSTRAK	x
ABSTRACT	xi
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Pembatasan Masalah	8
D. Tujuan Penelitian	8
E. Manfaat Penelitian	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
A. Landasan Teori	10
B. Penelitian Terdahulu	23
C. Kerangka Pemikiran	29
D. Hipotesis	33
BAB III METODE PENELITIAN	34
A. Jenis Penelitian	34
B. Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel	34
C. Jenis, Sumber Data, dan Teknik Pengumpulan Data	37
D. Variabel Penelitian	38
E. Definisi Operasional	40
F. Metode Analisis Data	42
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	51
A. Hasil Penelitian	51
B. Rekapitulasi Hasil Penelitian	84
C. Pembahasan	85
BAB V PENUTUP	91
A. Kesimpulan	91
B. Keterbatasan	91
C. Saran	92
DAFTAR PUSTAKA	95
LAMPIRAN PENELITIAN	100

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Top Brand Index Kategori Telekomunikasi/IT	2
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	23
Tabel 3.1 Jumlah Mahasiswa Aktif UMP,UNSOED dan UIN SAIZU	35
Tabel 3.2 Presentase Responden UMP,UNSOED dan UIN SAIZU	36
Tabel 3.3 Definisi Operasional Variabel.....	40
Tabel 4.1 Pendapatan iPhone pada Kuartal 1 2021- Kuartal 1 2022	52
Tabel 4.2 Response Rate	54
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur.....	54
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	55
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Asal Universitas	56
Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Iphone	57
Tabel 4.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Uang Saku	58
Tabel 4.8 Hasil Analisis Statistik Deskriptif Variabel Brand Loyalty	59
Tabel 4.9 Hasil Analisis Statistik Deskriptif Variabel Brand Image	61
Tabel 4.10 Hasil Analisis Statistik Deskriptif Variabel Brand Trust.....	63
Tabel 4.11 Hasil Analisis Statistik Deskriptif Variabel Brand Experience	65
Tabel 4.12 Hasil Uji Validitas Variabel Brand Loyalty.....	68
Tabel 4.13 Hasil Uji Validitas Variabel Brand Image	69
Tabel 4.14 Hasil Uji Validitas Variabel Brand Trust.....	70
Tabel 4.15 Hasil Uji Validitas Variabel Brand Experience	71
Tabel 4.16 Hasil Uji Reliabilitas	72
Tabel 4.17 Hasil Uji Normalitas	73
Tabel 4.18 Hasil Uji Multikolinearitas.....	74
Tabel 4.19 Hasil Uji Heteroskedastisitas	74
Tabel 4.20 Hasil Uji Analisis Regresi Berganda	76
Tabel 4.21 Hasil Uji Koefisien Determinasi	78
Tabel 4.22 Hasil Uji F.....	79
Tabel 4.23 Hasil Uji T.....	80
Tabel 4.24 Rangkuman Hasil Penelitian.....	84

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Proses Perilaku Konsumen.....	11
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran.....	32
Gambar 3.1 Kurva Uji F (Hipotesis Pertama).....	47
Gambar 3.2 Kurva Uji T (Hipotesis Kedua).....	48
Gambar 3.3 Kurva Uji t (Hipotesis Ketiga).....	49
Gambar 3.4 Kurva Uji T (Hipotesis Keempat).....	50
Gambar 4.1 Kurva Hasil Uji F (Hipotesis Pertama).....	79
Gambar 4.2 Kurva Hasil Uji T (Hipotesis Kedua).....	81
Gambar 4.3 Kurva Hasil Uji T (Hipotesis Ketiga).....	82
Gambar 4.4 Kurva Hasil Uji T (Hipotesis Keempat).....	83



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian	100
Lampiran 2. Data Khusus Responden	118
Lampiran 3. Data Deskripsi Responden	121
Lampiran 4. Nilai Tabulasi	127
Lampiran 5. Gambaran Umum Responden	139
Lampiran 6. Hasil Analisis Deskriptif	141
Lampiran 7. Uji Validitas	145
Lampiran 8. Uji Reliabilitas	153
Lampiran 9. Uji Asumsi Klasik	154
Lampiran 10. Metode Analisis Data	156
Lampiran 11. Pengujian Hipotesis	157
Lampiran 12. R Tabel	158
Lampiran 13. F Tabel	159
Lampiran 14. T Tabel	160

