

## ABSTRAK

Dalam penelitian ini, peneliti bermaksud melakukan penelitian yang berjudul “Pengaruh *Brand Experience* pada *Loyalty* dengan *Brand Personality* dan *Customer Satisfaction*: sebagai variabel Mediasi (studi pada:konsumen Domino’s Pizza). Metode penelitian yang di gunakan yaitu metode penelitian asosiatif (*causal explanatory*) dengan jenis data kuantitatif.

Populasi yang digunakan pada penelitian ini adalah konsumen Domino’s Pizza Surya Sumantri, dan teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *Nonprobability Sampling*. Pengambilan data dilakukan dalam bentuk penyebaran kuesioner, dan pengujian statistic dilakukan dalam bentuk regresi linier.

Berdasarkan hasil penelitian, Peneliti menemukan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan pada *Brand experience* terhadap *Customer Loyalty* yang dimediasi oleh *Brand Personality* *Customer satisfaction*. Peneliti menemukan bahwa *Brand Personality* dan *Customer satisfaction* memiliki pengaruh mediasi yang cukup tinggi dalam memunculkan *Customer Loyalty*. Dengan demikian, perusahaan harus terus menerus berusaha meningkatkan pengalaman positif yang diterima oleh para individu ketika berhubungan dengan perusahaan, misalnya dalam proses pemesanan dan pembelian, untuk dapat meningkatkan loyalitas yang dimiliki.

Kata Kunci: *Brand Experience, Loyalty, mediasi Brand Personality, Customer Satisfaction*



## **ABSTRACT**

*In this study, the researcher intend to conduct research entitled "The Influence of Brand Experience on Loyalty with Brand Personality and Customer Satisfaction as a Mediation variable (study on: Domino's Pizza consumers). The research method used is associative research method (causal explanatory) with the type of quantitative data.*

*Population used in this research is consumer Domino's Pizza Surya Sumantri, and sampling technique in this research is Nonprobability Sampling. The data were collected in the form of questionnaire distribution, and statistic test was done in the form of linear regression.*

*Based on the results of research, the researcher found that there is significant influence on Brand experience of Customer Loyalty mediated by Brand Personality Customer satisfaction. Researchers found that Brand Personality and Customer satisfaction have a mediation effect is high enough in raising Customer Loyalty. Thus, companies must continually strive to enhance the positive experience that individuals receive when dealing with companies, for example in ordering and purchasing processes, in order to increase their own loyalty.*

*Keywords: Brand Experience, Loyalty, Brand Personality mediation, Customer Satisfaction*



## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
LEMBAR PENGESAHAN .....	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS .....	iii
PERNYATAAN PUBLIKASI DAN DOKUMENTASI.....	iv
ABSTRAK .....	v
ABSTRACT.....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
BABI: PENDAHULUAN.....	1`
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2. Identifikasi Masalah.....	5
1.3. Tujuan Penelitian .....	6
1.4. Kegunaan Penelitian .....	6
1.5. Manfaat Penelitian .....	7
BAB II: TINJAUAN PUSTAKA DAN RUANG LINGKUP PENELITIAN.....	8
2.1 Kajian pustaka.....	8
2.1.1 Pemasaran .....	8
2.1.2 Manajemen Pemasaran .....	8
2.1.3 Pemasaran Jasa.....	9
2.1.4 Bauran Pemasaran.....	11
2.1.4.1 <i>Products</i> (Produk).....	12

2.1.4.2 <i>Pricing</i> (Harga) .....	12
2.1.4.3 <i>Promotion</i> (Promosi) .....	12
2.1.4.4 <i>Place</i> (Tempat).....	13
2.1.4.5 <i>People</i> (Orang).....	13
2.1.4.6 <i>Physical Evidence</i> (Bukti Fisik).....	13
2.1.4.7 <i>Process</i> (Proses).....	14
2.1.5 Brand Experience.....	14
2.1.6 Brand Personality.....	16
2.1.7 Customer Satisfaction .....	21
2.1.8 Loyalty .....	24
2.3 Penelitian Terdahulu.....	28
2.4 Model Penelitian.....	36
2.5. Hipotesis Penelitian .....	35
2.6 Rerangka Pemikiran .....	38
<b>BAB III: METODE PENELITIAN</b> .....	<b>40</b>
3.1. Jenis Penelitian.....	39
3.2. Populasi dan Sampel Penelitian.....	40
3.2.1. Populasi.....	40
3.2.2. Sampel.....	41
3.2.3. Teknik Sampling.....	63
3.1.2. Uji Regresi .....	42
2.1. Koefisien Determinasi .....	43

2.7.8 Analisis Deskriptif .....	66
<b>BAB IV: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>70</b>
4.1. Hasil Penelitian .....	70
4.1.1. Hasil penelitian berdasarkan karakteristik demografis responden .....	70
4.1.1.1. Hasil penelitian berdasarkan jenis kelamin.....	70
4.1.1.2. Hasil Penelitian berdasarkan usia responden.....	71
4.1.1.3. Hasil penelitian berdasarkan frekwensi pembelian di Domino's Pizza.....	71
4.1.2. Uji Instrumen .....	72
4.1.2.1. Uji Validitas .....	72
4.1.2.2. Uji Reliabilitas .....	73
4.1.3. Analisis Uji Asumsi Klasik.....	74
4.1.3.1. Uji Normalitas.....	74
4.1.3.2. Uji Heteroskedadistitas .....	75
4.1.3.3. Uji Multikolinearitas.....	76
4.1.4. Pengujian Hipotesis .....	77
4.1.4. Pengujian Pengaruh mediasi.....	79
4.2. Pembahasan.....	82

BAB V: KESIMPULAN DAN SARAN .....	84
5.1. Kesimpulan .....	84
5.2. Implikasi Manajerial .....	84
5.3. keterbatasan Penelitian.....	85
5.4. Saran .....	85
DAFTAR PUSTAKA .....	86

