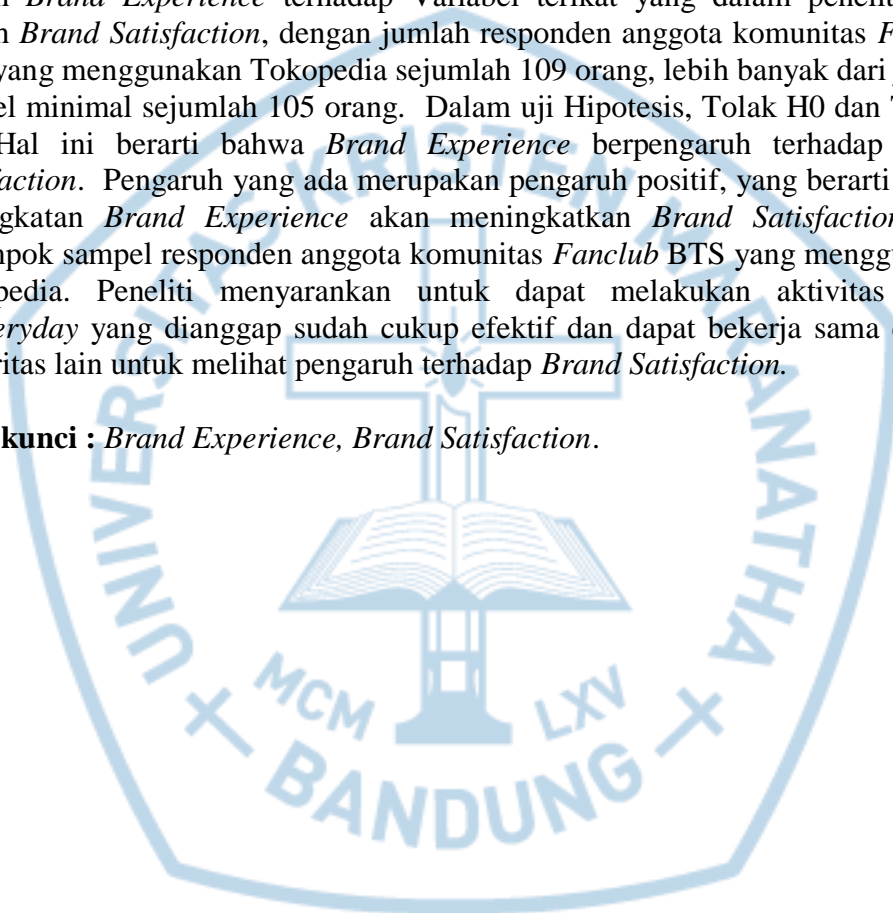


ABSTRAK

Peneliti tertarik untuk mengadakan penelitian tentang sejauh mana “Pengaruh *Brand Experience* pada *Brand Satisfaction*“. Jenis penelitian yang digunakan adalah *Causal Explanatory*. Dalam penelitian ini, populasinya adalah anggota komunitas *Fanclub* BTS. Sementara, Sampel dalam penelitian ini adalah anggota komunitas *Fanclub* BTS yang menggunakan Tokopedia. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan teknik kuesioner. Peneliti bertujuan untuk melakukan pengujian pengaruh dari Variabel bebas yang dalam penelitian ini adalah *Brand Experience* terhadap Variabel terikat yang dalam penelitian ini adalah *Brand Satisfaction*, dengan jumlah responden anggota komunitas *Fanclub* BTS yang menggunakan Tokopedia sejumlah 109 orang, lebih banyak dari jumlah sampel minimal sejumlah 105 orang. Dalam uji Hipotesis, Tolak H_0 dan Terima H_1 . Hal ini berarti bahwa *Brand Experience* berpengaruh terhadap *Brand Satisfaction*. Pengaruh yang ada merupakan pengaruh positif, yang berarti bahwa Peningkatan *Brand Experience* akan meningkatkan *Brand Satisfaction* pada kelompok sampel responden anggota komunitas *Fanclub* BTS yang menggunakan Tokopedia. Peneliti menyarankan untuk dapat melakukan aktivitas *Event #1Everyday* yang dianggap sudah cukup efektif dan dapat bekerja sama dengan selebritas lain untuk melihat pengaruh terhadap *Brand Satisfaction*.

Kata kunci : *Brand Experience, Brand Satisfaction.*



ABSTRACT

Researchers are interested in conducting research on the extent of "The Effect of Brand Experience on Brand Satisfaction". The type of research used is Causal Explanatory. In this study, the population is a member of the BTS community club. Meanwhile, the sample in this study were members of the BTS Fanclub community using Tokopedia. Data collection techniques in this study using a questionnaire technique. The researcher aims to test the effect of the independent variable in this study is Brand Experience on the dependent variable in this study is Brand Satisfaction, with the number of respondents in the BTS Fanclub community members using Tokopedia as many as 109 people, more than the minimum sample size of 105 people . In the Hypothesis test, Reject H₀ and Accept H₁. This means that Brand Experience influences Brand Satisfaction. The influence is a positive influence, which means that an increase in Brand Experience will increase Brand Satisfaction in a sample group of respondents who are members of the BTS Fanclub community who use Tokopedia. Researchers suggest being able to do Event #1Everyday activities that are considered to be quite effective and can work together with other celebrities to see the effect on Brand Satisfaction.

Keywords : *Brand Experience, Brand Satisfaction.*



DAFTAR ISI

COVER	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR ORISINALITAS.....	iv
LEMBAR PUBLIKASI DAN DOKUMENTASI	v
ABSTRAK.....	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	
BAB I: PENDAHULUAN	1
1.1.Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
BAB II: TINJAUAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	7
2.1. Tinjauan Teori.....	7
2.1.1. Manajemen.....	7
2.1.2. Manajemen Pemasaran.....	9
2.1.3. Bauran Pemasaran.....	10
2.1.5. Merek (Brand).....	15
2.1.5.1. Brand Experience	18
2.1.5.2. Brand Satisfaction	19
2.2. Kerangka Teori.....	21
2.3. Kerangka Pemikiran.....	22

2.4. Pengembangan Hipotesis	23
BAB III: METODE PENELITIAN	24
3.1 Jenis Penelitian.....	24
3.2 Populasi dan Sampel	24
3.2.1 populasi	24
3.2.3 Sampel.....	25
3.3 Definisi Operasional Variable (DOV)	26
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	28
3.5 Teknik Analisis Data.....	29
3.5.1 Uji Validitas	29
3.5.2 Uji Realibilitas	29
3.5.3.Uji Asumsi Klasik	30
3.5.3.1 Uji Normalitas.....	30
3.5.3.2 Uji Heteroskedastisitas.....	31
3.5.3.3 Uji Multikolinearitas	31
3.4 Metode Analisis Data.....	31
BAB IV: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	34
4.1. Hasil Penelitian	34
4.1.1. Analisis demografis responden	34
4.1.2. Uji Instrumen	36
4.1.2.1.Uji Validitas	36
4.1.2.2.Uji Realibilitas	38
Tabel Uji Reliabilitas variabel 1	38
4.1.3.Uji Asumsi Klasik.....	40
4.1.3.1. Uji Normalitas.....	41
4.1.4. Uji Hipotesis.....	44
4.1.4.1. Uji Regresi Linier Sederhana	44
4.1.4.2. Uji Persamaan Regresi	45
4.1.4.3. Uji Koefisien Determinasi.....	46

4.2. Pembahasan.....	47
BAB V: KESIMPULAN DAN SARAN.....	49
5.1. Kesimpulan	49
5.2. Implikasi manajerial.....	49
5.3. Keterbatasan penelitian	50
5.4. Saran.....	50



DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel.....	26
Tabel 3.2 Skala Likert.....	29
Tabel 4.1.Gambaran responden berdasarkan Jenis Kelamin	34
Tabel 4.2.Gambaran responden berdasarkan Usia	35
Tabel 4.3.Seberapa Sering Saudara mengunjungi Halaman Tokopedia dalam seminggu?	35
Tabel 4.4.Apakah saudara merupakan fans dari grup BTS?.....	36
Tabel 4.5Apakah saudara mengetahui kerjasama antara BTS dengan Tokopedia?	36
Tabel 4.6. Uji Validitas	37
Tabel 4.8. Uji Reliabilitas lanjutan variabel 1.....	39
Tabel 4.9.Uji Reliabilitas variabel 2	39
Tabel 4.10.Uji Reliabilitas Lanjutan variabel 2	40
Tabel 4.11. Uji Normalitas.....	41
Tabel 4.12. Uji Heteroskedaditas.....	42
Tabel 4.13.Uji Multikolinearitas	43
Tabel 4.14.Uji Hipotesis	45
Tabel 4.15. Uji Persamaan Regresi.....	45
Tabel 4.16.Uji Koefisien Determinasi	47