

PENGARUH *BRAND EXPERIENCE* PADA *BRAND*

SATISFACTION

TUGAS AKHIR

**Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat menempuh,
Sidang Sarjana Strata 1 (S-1)**

Oleh

INGRID LOLA CHANDRA

1652010



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KRISTEN MARANATHA
BANDUNG
2020**

INFLUENCE OF BRAND EXPERIENCE TO BRAND SATISFACTION

A THESIS

**In Partial Fulfillment Of The Requirements For The Degree of
Bachelor Program in Management**

**By:
INGRID LOLA CHANDRA
1652010**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KRISTEN MARANATHA
BANDUNG
2020**

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan karunia-Nya, penulis dapat menyusun dan menyelesaikan Tugas Akhir yang berjudul “Pengaruh *Brand Experience* terhadap *Brand Satisfaction*”. Penelitian ini dilakukan sebagai syarat kelulusan untuk menyelesaikan Program Sarjana (S-1) Manajemen Universitas Kristen Maranatha. Penulis menyadari bahwa tugas akhir ini masih jauh dari kata sempurna dan masih banyak terdapat kekurangan. Segala kritik dan saran yang membangun akan penulis terima dengan hati yang terbuka sebagai bahan perbaikan dan untuk menambah wawasan di masa yang akan datang.

Dan dengan kerendahan dan ketulusan hati penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada pihak-pihak yang telah membantu dan berkontribusi dalam penyusunan tugas akhir ini:

1. Tuhan Yang Maha Esa yang selalu memberi kelancaran dalam pembuatan skripsi, kekuatan, ketekunan, kesabaran, dan kesehatan. Sehingga dapat menyelesaikan skripsi dengan baik tanpa hambatan yang berarti.
2. Keluarga tercinta (papi,mami,dodo,ii,ama) yang selalu mendukung dan mendoakan agar tugas akhir dapat selesai tepat waktu.
3. Yth. Ibu Kartika Imasari,S.E. M.M. , selaku dosen pembimbing yang telah membimbing penulis sampai menyelesaikan skripsi ini dengan baik selama di Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Maranatha.

4. Yth. Bapak Tan Min Kuang, S.E., M.Si., Ak., Ph.D. , selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Maranatha Bandung.
5. Yth. Ibu Dr. Ratna Widiastuti, M.T., selaku Wakil I Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Maranatha Bandung.
6. Yth. Bapak Dr. Peter, S.E., M.T., selaku Wakil II Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Maranatha Bandung.
7. Yth. Bapak Dr. Jahja Hamdani Widjaja, M.M selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Maranatha Bandung.
8. Yth. Ibu Sherlywati, S.E., M.M. selaku Sekretaris Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Maranatha Bandung dan dosen wali penulis selama menempuh pendidikan di Universitas Kristen Maranatha.
9. Seluruh dosen dan staf pengajar Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Maranatha yang telah mendidik dan mengajar penulis selama masa kuliah.
10. Teman-teman Persekutuan Abadi yang menjadi motivator sekaligus sosok yang menghambat proses pengerjaan tugas akhir ini.
11. Teman-teman di komunitas *Millenial Entrepreneur Association (MEA)* yang terus memberikan dukungan dan *insight* positif yang terus memotivasi.
12. Teman-teman Wacana Squad yang membantu menjaga kewarasan selama proses mengerjakan skripsi dengan guyonan-guyonannya.
13. Rekan-rekan di *Miracle Community* yang terus menjadi lingkungan positif untuk saya bertumbuh dan berkembang.

14. Keluarga besar Himpunan Mahasiswa Manajemen Universitas Kristen Maranatha.

15. Rekan-rekan dan pihak-pihak lainnya yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Akhir kata, semoga Tuhan selalu melimpahkan kasih dan berkat-Nya kepada semua pihak atas semua kebaikan dan bantuan yang telah diberikan. Semoga skripsi ini dapat berguna dan memberi nilai tambah serta wacana bagi semua pihak yang membacanya. Tuhan memberkati

Bandung, Januari 2020

Penulis