

**PENGARUH *BRAND EXPERIENCE* PADA
BRAND LOYALTY: BRAND RESONANCE
SEBAGAI VARIABEL MEDIASI
(Studi pada : Komunitas *Top 5*
Brand Kamera Profesional)**

TUGAS AKHIR

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

Oleh

Henwinner Honggana

1652099



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

***THE INFLUENCE OF BRAND EXPERIENCE ON
BRAND LOYALTY: BRAND RESONANCE
AS A MEDIATING VARIABLE
(Study On : Top 5 Community of
Professional Camera Brands)***

A THESIS

***In Partial Fulfillment of The Requirement for The Degree of
Bachelor Program in Management***

By

Henwinner Honggana

1652099



***BACHELOR PROGRAM IN MANAGEMENT
FACULTY OF ECONOMICS
MARANATHA CHRISTIAN UNIVERSITY
BANDUNG
2020***

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena berkat rahmat dan kasih-Nya penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan judul “Pengaruh *Brand Experience* Pada *Brand Loyalty:Brand Resonance* Sebagai Variabel Mediasi” Tujuan dari penyusunan skripsi ini untuk memenuhi salah satu syarat menempuh Sidang Sarjana Strata 1 (S-1) Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Kristen Maranatha.

Penulis menyadari bahwa tugas akhir ini masih jauh dari sempurna dan masih terdapat banyak kekurangan. Maka dari itu penulis sangat menerima kritik dan saran, sehingga dapat menjadi masukkan dan perbaiki dikemudian hari dan dapat menambah pengetahuan bagi penulis.

Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada pihak-pihak yang telah membantu penulis dalam menyusun tugas akhir ini:

1. Tuhan Yang Maha Esa, yang telah memberikan kekuatan, kesabaran, dan kesehatan untuk penulis dalam menyelesaikan penelitian ini.
2. Ibu Nonie Magdalena, S.E., M.Si., selaku dosen pembimbing yang telah membimbing dalam pelaksanaan Tugas Akhir sehingga dapat terselesaikan dan disusun dengan sebaik mungkin.
3. Bapak Tan Ming Kuang, S.E., M.Si., AK., Ph.D., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Maranatha Bandung.
4. Ibu Dr. Ratna Widiastuti, M.T., selaku Wakil I Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Maranatha Bandung.
5. Bapak Dr. Peter, S.E., M.T., selaku Wakil II Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Maranatha Bandung.
6. Bapak Dr. Drs. Jahja Hamdani Widjaja, M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Maranatha Bandung.
7. Ibu Sherlywati, S.E., M.M., selaku Serketaris Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Maranatha Bandung.
8. Ibu Herlina, S.E., M.T. selaku dosen wali, yang selalu memberikan support untuk saya sehingga saya bisa sampai pada titik ini.
9. Bapak Rully Arlan Tjahyadi, S.E., M.Si., selaku Dosen mata kuliah seminar yang memberikan arahan dan dukungan agar tugas akhir ini dapat terselesaikan dengan baik.
10. Bapak Allen Kristiawan, S.E., M.M., selaku Dosen pemasaran yang memberikan arahan dan dukungan agar tugas akhir ini dapat terselesaikan dengan baik.
11. Seluruh Dosen dan Staf Pengajar Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Maranatha yang telah memberikan ilmu pengetahuan kepada saya.
12. Seluruh Staf Tata Usaha Fakultas Ekonomi, staf Tata Usaha Jurusan Manajemen, dan staf Perpustakaan yang memberikan dukungan pada penulis.

13. Kepada kedua almarhum orang tua saya tercinta, Mami Na Siauw Yin dan Papi Hong Kok Soen yang selalu mendoakan, membimbing dan mendukung saya dalam menyelesaikan Tugas Akhir.
14. Kepada kakak dan kakak ipar saya tercinta, Helvina Honggana, S.S dan Christianningtyas Arifpin, S.T yang selalu mendoakan, membimbing dan mendukung saya dalam menyelesaikan Tugas Akhir.
15. Mhika Arie Wijaya, Steven Heiziel, Stefanie Estrela, Agnes Juliana, Yohanes Iskandar, Joshua Theodorus, Jessica Lhaurenszia, Samuel Christopher yang selalu mendukung saya, menyemangati, dan menemani saya dalam mengerjakan tugas akhir saya.
16. Teman seperjuangan Jessica Yo, Khairunnissa, Lydia Setiawan
17. Keluarga besar Direktorat Kemahasiswaan dan Unit kegiatan Olahraga (UKOR).
18. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan namanya satu persatu yang sudah ikut membantu maupun terlibat dalam penyusunan tugas akhir ini.

Akhir kata, semoga Tuhan Yang Maha Esa selalu melimpahkan kasih dan berkat-Nya kepada semua pihak yang telah ikut membantu serta terlibat dalam penyusunan tugas akhir ini baik yang sudah disebutkan atau yang belum disebutkan. Semoga tugas akhir ini dapat berguna dan memberi nilai tambah serta wacana baru bagi semua pihak yang membacanya. Tuhan memberkati.

Bandung, Januari 2020

(Henwinner Honggana)