

**PENGARUH NILAI HEDONIS DAN NILAI
UTILITARIAN TERHADAP KEPERCAYAAN DAN
LOYALITAS MEREK PENGGUNA *SMARTPHONE*
APPLE (STUDI KASUS MAHASISWA
UNIVERSITAS KRISTEN
MARANATHA)**

TUGAS AKHIR

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

**Oleh
MUHAMMAD FADHIL AL-RASYID
1652341**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KRISTEN MARANATHA
BANDUNG
2021**

**THE EFFECT OF HEDONIC VALUE AND
UTILITARIAN VALUE ON BRAND TRUST AND
LOYALTY APPLE SMARTPHONE
USERS(CASE STUDY OF MARANATHA
CHRISTIAN UNIVERSITY
STUDENTS)**

THESIS

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

**By:
MUHAMMAD FADHIL AL-RASYID
1652341**



**MANAGEMENT STUDY PROGRAM
FACULTY OF ECONOMICS
MARANATHA CHRISTIAN UNIVERSITY
BANDUNG
2021**

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 Nilai Hedonis dan Nilai Utilitarian Terhadap Kepercayaan Dan Loyalitas Merek Pengguna *Smartphone Apple* (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Kristen Maranatha". Penulis menyadari sepenuhnya bahwa tugas akhir ini 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.

Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada pihak-pihak yang telah membantu dalam penyusunan tugas akhir ini.

1. Bapak Allen Kristiawan, S.E., M.M., selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan selama belajar di Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Maranatha. Terima kasih telah bersabar dan bersedia memberikan bimbingan, pengarahan, petunjuk serta masukkan sehingga terwujudnya Tugas Akhir ini.
2. Bapak Tan Ming Kuang S.E., M.Si., Ak., Ph.D. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Maranatha.
3. Ibu Imelda Junita, S.E., M.T., selaku Wakil I Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Maranatha Bandung.
4. Ibu Felicia, S.E., M.M., selaku Wakil II Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Maranatha Bandung.
5. Bapak Dr. Drs. Jahja Hamdani Widjaja, M.M selaku Ketua Program Studi

Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Maranatha Bandung.

6. Bapak Rully Arlan Tjahyadi, S.E., M.Si., selaku Sekretaris Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Maranatha Bandung.
7. Bapak Tedy Wahyusaputra, SE., MM., selaku Dosen wali yang memberikan petunjuk dan arahan penulis berada di bangku kuliah.
8. Seluruh dosen dan staf pengajar Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Maranatha yang telah mendidik dan mengajar penulis selama masa kuliah.
9. Kepada keluarga tercinta, Bapak Deden Darmawan, Ibu Sari Marlina, Ade Jihan Hasna dan Nayla Darmawan yang telah mendukung baik dari doa, semangat, kasih sayang, dan perhatiannya kepada penulis dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini.
10. Kepada teman dekat saya Dinda Desca yang telah menghibur, mendukung dan menjadi alasan saya untuk tetap bersemangat selama proses pengerjaan Tugas Akhir ini.
11. Kepada sahabat saya Ravi Rahardy, Jaka Sadida, Emir Rasyid, Tareq Yogi, Beben, Audris, Icha Grianti, Aprili Natahalie yang telah menghibur serta mendukung selama proses pengerjaan Tugas Akhir ini.
12. Kepada Yugen at 28 *Coffee* Bandung yang telah menyediakan tempat yang nyaman untuk mengerjakan skripsi.
13. Seluruh Staf Tata Usaha dan Administrasi Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Maranatha.
14. 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.