

SKRIPSI

**PENGARUH KESENYANGAN HEDONIS TERHADAP
KETERLIBATAN PELANGGAN DENGAN
KEPERCAYAAN MEREK DAN KECINTAAN MEREK
SEBAGAI MEDIASI PADA PRODUK *SMARTPHONE*
OPPO DI JAKARTA BARAT**



DISUSUN OLEH:

NAMA : SHELA PRAMESTY

NPM : 115160435

**UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN SYARAT-SYARAT
GUNA MENCAPAI GELAR SARJANA MANAGEMENT**

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI & BISNIS
UNIVERSITAS TARUMANAGARA
JAKARTA**

2020

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

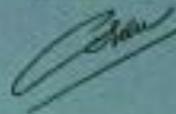
UNIVERSITAS TARUMANAGARA
FAKULTAS EKONOMI
JAKARTA

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

NAMA : SHELA PRAMESTY
NO. MAHASISWA : 115169435
PROGRAM / JURUSAN : SI / MANAJEMEN
JUDUL SKRIPSI : PENGARUH KESENANGAN HEDONIS
TERHADAP KETERLIBATAN PELANOGAN
DENGAN KEPERCAYAAN MEREK DAN
KECINTAAN MEREK SEBAGAI MEDIASI
PADA PRODUK SMARTPHONE OPPO DI
JAKARTA BARAT.

Jakarta, 27 Desember 2019

Pembimbing,



(Dr. Corli, S.E., M.M.)

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TARUMANAGARA
JAKARTA

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Sheila Pratomo
NIM : 115160455
Program Studi : SI Manajemen

Judul Skripsi

Pengaruh Kesadaran Hukum Terhadap Keterlibatan Pelanggan, Dengan Kepercayaan Dan Keinginan Merek Sebagai Mediasi Produk Smartphone Oppo Di Jakarta Barat.

Telah diuji pada Ujian Skripsi dan Komprehensif tanggal 13 Januari 2020 dan dinyatakan lulus, dengan tim penguji yang terdiri atas:

1. Ketua : Yenny Lego S.E., M.M
2. Anggota : Rodhiah Dra., M.M
Dr. Cokki S.E., M.M

Jakarta, 13 Januari 2020

Pembimbing



(Dr. Cokki S.E., M.M)

ABSTRACT

TARUMANAGARA UNIVERSITY

FACULTY OF ECONOMY

JAKARTA

- (A) SHELA PRAMESTY (115160435)
- (B) *THE INFLUENCE OF HEDONIC PLEASURE ON CUSTOMER ENGAGEMENT WITH BRAND TRUST AND BRAND LOVE AS MEDIATION ON OPPO SMARTPHONE PRODUCTS IN WEST JAKARTA*
- (C) *XIX+104 Pages, 33 Tables, 12 Pictures, 16 Attachment*
- (D) *MARKETING MANAGEMENT*
- (E) **Abstract:** *The purpose of the study is to test whether the hedonic pleasure can affect customer engagement with brand trust and brand love as mediation. The population of this research is Oppo's smartphone users who residen in West Jakarta, of the entire population researchers only use 100 people in the sample chosen using purposive sampling methods, by handing out a questionnaire online the data is processed using smartPLS-SEM. The result of this research is a hedonic pleasure and brand love might affect customers engagement, the brand trust can't affect the customer engagement and can't be mediation of the hedonic pleasure against customers engagement, while the brand love capable of being mediation of hedonic pleasure and brand trust of the customer engagement.*
- (F) *Hedonic Pleasure, Brand Trust, Brand Love, Customer Engagement*

(G) *References* 43 (1982-2019)

(H) Dr. COKKI S.E., M.M

ABSTRAK

UNIVERSITAS TARUMANAGARA

FAKULTAS EKONOMI

JAKARTA

- (A) SHELA PRAMESTY (115160435)
- (B) PENGARUH KESENANGAN HEDONIS TERHADAP KETERLIBATAN PELANGGAN DENGAN KEPERCAYAAN MEREK DAN KECINTAAN MEREK SEBAGAI MEDIASI PADA PRODUK *SMARTPHONE* OPPO DI JAKARTA BARAT
- (C) XIX+104 Halaman, 33 Tabel, 12 Gambar, 16 Lampiran
- (D) MANAJEMEN PEMASARAN
- (E) **Abstrak:** Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji apakah kesenangan hedonis dapat mempengaruhi keterlibatan pelanggan dengan kepercayaan merek dan kecintaan merek sebagai mediasi. Populasi dari penelitian ini adalah pengguna *smartphone* Oppo yang berdomisili di Jakarta Barat, dari seluruh populasi peneliti hanya menggunakan 100 orang sebagai sampel yang dipilih menggunakan metode *purposive sampling*, dengan menyebarkan kuesioner secara online data kemudian diolah menggunakan smartPLS-SEM. Hasil dari penelitian ini adalah kesenangan hedonis dan kecintaan merek dapat mempengaruhi keterlibatan pelanggan, kepercayaan merek tidak dapat mempengaruhi keterlibatan pelanggan dan tidak dapat menjadi mediasi kesenangan hedonis terhadap keterlibatan pelanggan, sedangkan kecintaan merek mampu memediasi kesenangan hedonis dan kepercayaan merek terhadap keterlibatan pelanggan.

- (F) Kesenangan Hedonis, Kepercayaan Merek, Kecintaan Merek, Keterlibatan Pelanggan
- (G) Daftar Acuan 43 acuan (1982-2019)
- (H) Dr. COKKI S.E., M.M.