

SKRIPSI

***BRAND IMAGE DAN BRAND EXPERIENCE UNTUK
MEMPREDIKSI BRAND LOYALTY MCDONALD'S DI
JAKARTA DENGAN BRAND TRUST SEBAGAI
VARIABEL MEDIASI***



DISUSUN OLEH :

NAMA : ANGELITA VINCENTIA PANDEAN

NIM : 115160334

**UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN DARI SYARAT-SYARAT
GUNA MENCAPAI GELAR SARJANA EKONOMI**

PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN

UNIVERSITAS TARUMANAGARA

FAKULTAS EKONOMI

JAKARTA

2020

Surat Pernyataan



FR.FE-4.7-RO

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama mahasiswa : Angelita Vincentia Pandean
NPM (Nomor Pokok Mahasiswa) : 115160334
Program Studi : SI Manajemen



Dengan ini saya menyatakan, apabila dalam pembuatan skripsi ternyata saya:

1. Melakukan plagiat/menyontek;
2. Mengutip tanpa menyebut sumbernya;
3. Menggunakan data fiktif atau memanipulasi data;
4. Melakukan riset perusahaan fiktif (hal ini Jurusan Akuntansi/Manajemen dapat konfirmasi langsung ke perusahaan terkait sesuai dengan surat risetnya).

Saya bersedia dikenakan sanksi berupa pembatalan skripsi dan diskors maksimal 2 (dua) semester. Kemudian apabila hal di atas terbukti setelah lulus ujian skripsi/komprehensif saya bersedia dinyatakan batal skripsi dan kelulusannya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa ada paksaan dari pihak manapun.

Jakarta, 27 Juni 2020



Angelita Vincentia Pandean

Catatan:

1. Asli dikembalikan ke jurusan Akuntansi/Manajemen dan difotocopy untuk mahasiswa yang bersangkutan.
2. Harap disertakan pada skripsi sebelum maupun setelah lulus ujian dan revisi.

UNIVERSITAS TARUMANAGARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
JAKARTA

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

NAMA : ANGELITA VINCENTIA PANDEAN
NO. MAHASISWA : 115160334
PROGRAM / JURUSAN : S1 / MANAJEMEN
KONSENTRASI : MANAJEMEN PEMASARAN
JUDUL SKRIPSI : *BRAND IMAGE* DAN *BRAND EXPERIENCE*
UNTUK MEMPREDIKSI *BRAND LOYALTY*
MCDONALD'S DI JAKARTA DENGAN
BRAND TRUST SEBAGAI VARIABEL
MEDIASI

Jakarta, 6 Juli 2020

Pembimbing,



(Herlina Budiono, S.E., M.M.)

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TARUMANAGARA
JAKARTA

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Angelita Vincentia Pandean

NIM : 115160334

Program Studi : S1 / Manajemen

Judul Skripsi

Brand Image dan *Brand Experience* terhadap *Brand Loyalty* untuk memprediksi McDonald's dengan *Brand Trust* sebagai Variabel Mediasi

Telah diuji pada Ujian Skripsi dan Komprehensif tanggal 6 – 8 Juli 2020 dan dinyatakan lulus, dengan tim penguji yang terdiri atas:

1. Ketua : Lydiawati Soelaiman, ST.,
2. Anggota : Herlina Budiono, SE., MM
Yenny Lego, SE., MM

Jakarta, 6 Juli 2020

Pembimbing



(Herlina Budiono, S.E., M.M.)

ABSTRACT

TARUMANAGARA UNIVERSITY
FACULTY OF ECONOMY AND BUSINESS
JAKARTA

(A) Angelita Vincentia Pandean (115160334)

(B) *BRAND IMAGE AND BRAND EXPERIENCE ON MCDONALD'S PRODUCT LOYALTY IN JAKARTA WITJ BRAND TRUST AS A MEDIATING VARIABEL.*

(C) Xvii + 104 page ; table 21 ; picture 11 ; attachment 4

(D) MARKETING MANAGEMENT

(E) Abstract: *The purpose of this research is to examine whether 1) Brand experience and brand image can predict brand loyalty of Mc Donald's in Jakarta. 2) brand experience can predict brand trust of Mc Donald's in Jakarta. 3) brand trust can predict brand loyalty of Mc Donald's in Jakarta. 4) brand trust mediates the prediction brand experience on brand loyalty of Mc Donald's in Jakarta. The population in this study are all people who have consumed McDonald's fast food in Jakarta. The sample used was 150 respondents. . Non-probability sampling was the technique used for this study and the data collection method used was convenience sampling. The result of this study are 1) Brand experience can positively predict McDonald's product brand loyalty in Jakarta. 2) Brand Image cannot positively predict McDonald's product brand loyalty in Jakarta. 3) Brand Trust can positively predict McDonald's product brand loyalty in Jakarta. 4) Brand Trust can positively mediate brand experience on McDonald's product brand loyalty in Jakarta.*

(F) Reference (1975 –2018)

(G) Herlina Budiono, S.E., M.M

ABSTRAK

UNIVERSITAS TARUMANAGARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
JAKARTA

(A) Angelita Vincentia Pandean (115160334)

(B) *BRAND IMAGE* DAN *BRAND EXPERIENCE* UNTUK MEMPREDIKSI *BRAND LOYALTY* MCDONALD'S DI JAKARTA DENGAN *BRAND TRUST* SEBAGAI VARIABEL MEDIASI.

(C) Xvii +104 halaman ; tabel 21 ; gambar 11 ; lampiran 4

(D) MANAJEMEN PEMASARAN

(E) Abstrak : Penelitian yang dilakukan bertujuan untuk mengetahui 1) Apakah *brand experience* dan *brand image* dapat memprediksi *brand loyalty* produk McDonald's di Jakarta? 2) Apakah *brand experience* dapat memprediksi *brand trust* produk McDonald's di Jakarta? 3) Apakah *brand trust* dapat memprediksi *brand loyalty* produk McDonald's di Jakarta? 4) Apakah *brand trust* dapat memediasi *brand experience* terhadap *brand loyalty* produk McDonald's di Jakarta? Populasi pada penelitian ini adalah semua masyarakat yang pernah mengonsumsi *fastfood* McDonald's di Jakarta. Sample yang digunakan sebanyak 150 responden. *Non-Probability Sampling* adalah teknik yang digunakan dalam melakukan penelitian ini dengan metode pengambilan sampel berupa *convenience sampling*. Penelitian ini memperoleh hasil berupa 1) *Brand experience* dapat memprediksi secara positif terhadap *brand loyalty* produk McDonald's di Jakarta. 2) *Brand Image* tidak dapat memprediksi secara positif terhadap *brand loyalty* produk McDonald's di Jakarta. 3) *Brand Trust* dapat memprediksi secara positif terhadap *brand loyalty* produk McDonald's di Jakarta. 4) *Brand Trust* dapat memediasi *brand experience* secara positif terhadap *brand loyalty* produk McDonald's di Jakarta.

(F) Daftar Pustaka (1975-2018)

(G) Herlina Budiono, S.E., M.M