

SKRIPSI
PENGARUH PENGALAMAN MEREK DAN PERSEPSI
KUALITAS TERHADAP LOYALITAS MEREK MELALUI
KEPERCAYAAN MEREK PADA KONSUMEN SABUN
MEREK DETTOL DI JAKARTA



DIAJUKAN OLEH:
NAMA: VERNANDY LIM
NPM: 115160354

UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN SYARAT-SYARAT
GUNA MENCAPAI GELAR SARJANA MANAGEMENT

PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI & BISNIS
UNIVERSITAS TARUMANAGARA
JAKARTA
2020

Surat Pernyataan



FR.FE-4.7-RO

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama mahasiswa : Vernandy Lim

NPM (Nomor Pokok Mahasiswa) : 115160354

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, 6 Juli 2020



Vernandy Lim

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 & BISNIS
JAKARTA**

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

NAMA : VERNANDY LIM
NPM : 115160354
PROGRAM / JURUSAN : S1 / MANAJEMEN
KONSENTRASI : MANAJEMEN PEMASARAN
JUDUL SKRIPSI : PENGARUH PENGALAMAN MEREK DAN
PERSEPSI KUALITAS TERHADAP
LOYALITAS MEREK MELALUI
KEPERCAYAAN MEREK PADA KONSUMEN
SABUN MEREK DETTOL DI JAKARTA

Jakarta, 28 juli 2020

Pembimbing,



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

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TARUMANAGARA
JAKARTA

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Vernandy Lim

NIM : 115160354

Program Studi : S1 Manajemen

Judul Skripsi

PENGARUH PENGALAMAN MEREK DAN PERSEPSI KUALITAS
TERHADAP LOYALITAS MEREK MELALUI KEPERCAYAAN MEREK
PADA KONSUMEN SABUN MEREK DETTOL DI JAKARTA

Telah diuji pada Ujian Skripsi dan Komprehensif tanggal 20 juli 2020 dan dinyatakan lulus, dengan tim penguji yang terdiri atas:

1. Ketua : Andi Wijaya, SE., MM
2. Anggota : Dr. Cokki, SE., MM
3. Anggota : Louis Utama, SE., MM

Jakarta, 28 Juli 2020

Pembimbing



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

ABSTRACT

TARUMANAGARA UNIVERS
FACULTY OF ECONOMY&BUSINESS
JAKARTA

- (A) VERNANDY LIM (115160354)
- (B) *THE EFFECT OF BRAND EXPERIENCE AND PERCEIVED QUALITY TOWARD BRAND LOYALTY DETTOL SOAP IN JAKARTA, BRAND TRUST AS MEDIATION*
- (C) *XV+ 71 Pages, 19 Tables, 12 Pictures, 7 Attachment*
- (D) *MARKETING MANAGEMENT*
- (E) **Abstract:** *The purpose of the study is to test whether the brand experience and perceived quality can affect brand loyalty with brand trust as mediation. The population of this research is Dettol soap users who residen in Jakarta, of the entire population researchers only use 100 people in the sample chosen using convenience sampling methods, by handing out a questionnere onlie data is processed using smartPLS-SEM. The result of this research is a brand experience might affect brand loyalty, the perceived quality can't affect the brand loyalty, the brand trust can affect brand loyalty and can be mediation of the perceived quality against brand loyalty, while the brand trust can't be mediation of the brand experience against brand loyalty.*
- (F) *Brand experience, perceived quality, brand trust, and brand loyalty*
- (G) References 47 (1988-2020)
- (H) Dr. Cokki, S.E., MM

ABSTRAK

UNIVERSITAS TARUMANAGARA
FAKULTAS EKONOMI& BISNIS
JAKARTA

- (A) VERNANDY LIM (115160354)
- (B) PENGARUH PENGALAMAN MEREK DAN PERSEPSI KUALITAS TERHADAP LOYALITAS MEREK MELALUI KEPERCAYAAN MEREK PADA KONSUMEN SABUN MEREK DETTOL DI JAKARTA
- (C) XV+71 Halaman, 19 Tabel, 12 Gambar, 7 Lampiran
- (D) MANAJEMEN PEMASARAN
- (E) **Abstrak:** Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji apakah pengalaman merek dan persepsi kualitas dapat mempengaruhi loyalitas merek dengan kepercayaan merek sebagai mediasi. Populasi dari penelitian ini adalah pengguna sabun Dettol yang berdomisili di Jakarta, dari seluruh populasi peneliti hanya menggunakan 100 orang sebagai sampel yang dipilih menggunakan metode *convenience sampling*, dengan menyebarkan kuisioner secara online data kemudian diolah menggunakan smartPLS-SEM. Hasil dari penelitian ini adalah pengalaman merek dapat mempengaruhi loyalitas merek, persepsi kualitas tidak dapat mempengaruhi loyalitas merek, kepercayaan merek dapat mempengaruhi loyalitas merek dan dapat memediasi persepsi kualitas terhadap loyalitas merek, tetapi tidak dapat memediasi pengalaman merek terhadap loyalitas merek.
- (F) Pengalaman merek, persepsi kualitas, kepercayaan merek, dan loyalitas merek

(G) Daftar Acuan 47 acuan (1988-2020)

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