

**PENGARUH *BRAND EXPERIENCE* DAN *BRAND TRUST*
TERHADAP *BRAND LOYALTY*
(Studi Kasus Pada Jasa Kirim J&T)**

TUGAS AKHIR



TRI UTAMI HANDAYANI

1181001112

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL**

UNIVERSITAS BAKRIE


2022

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Tugas Akhir ini adalah hasil karya saya sendiri, dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Tri Utami Handayani

NIM : 1181001112

Tanda Tangan : 

Tanggal : 18 Agustus 2022

HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR




Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Tri Utami Handayani
NIM : 1181001112
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial (FEIS)

Judul Skripsi : Pengaruh *Brand Experience* dan *Brand Trust* Terhadap
Brand Loyalty (Studi Kasus Pada Jasa Kirim J&T)

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Dominica Arni Widyastuti, S.E., M.M ()
Penguji I : Dudi Rudianto, S.E., M.Si., Dr. ()
Penguji II : Holila Hatta, S.Pd., M.M ()

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 18 Agustus 2022

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur atas kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat, taufik, dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan judul **“Pengaruh *Brand Experience* dan *Brand Trust* Terhadap *Brand Loyalty* (Studi Kasus Pada Jasa Kirim J&T)”** sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial (FEIS) Universitas Bakrie. Penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini atas bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih setulus-tulusnya kepada:

1. Allah SWT, papa, mama, dan keluarga yang selalu memberi dukungan, doa dan motivasi kepada penulis selama perkuliahan hingga penulis bisa menyelesaikan skripsi dengan semangat.
2. Ibu Dominica Arni Widyastuti, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing skripsi atas segala bimbingan, arahan, saran serta waktu yang diberikan kepada penulis sehingga tugas akhir ini dapat diselesaikan dengan baik.
3. Bapak Dudi Rudianto, S.E., M.Si., Dr. selaku dosen penguji I yang telah memberikan masukan kepada penulis dalam menyempurnakan tugas akhir ini.
4. Ibu Holila Hatta, S.Pd., M.M selaku dosen penguji I yang telah memberikan masukan kepada penulis dalam menyempurnakan tugas akhir ini.
5. Para dosen Program Studi Manajemen yang telah memberikan ilmu selama masa perkuliahan di Universitas Bakrie
6. Kepada “MC” yaitu Nia, Sari, Serra, Gebby, Ardine, Nadia, Dita, dan Mela yang selalu memberikan semangat, doa untuk mendukung penulis menyelesaikan tugas akhir ini dan selalu menemani.
7. Kepada Adiva, Jihan, Kinanti, Finda, Dita, Alm.Divan, Eki, Anggara yang sudah selalu menemani penulis sejak awal perkuliahan.
8. Kepada teman-teman “Petrol” yang selalu mendukung dan memotivasi penulis untuk menyelesaikan tugas akhir ini.
9. Teman-teman semasa perkuliahan Manajemen 2018 di Universitas Bakrie yang tidak bisa penulis sebutkan satu-persatu yang sudah menemani selama masa perkuliahan.

Jakarta, 18 Agustus 2022

A handwritten signature in black ink, consisting of stylized letters that appear to be 'T' and 'U'.

(Tri Utami Handayani)

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Tri Utami Handayani
NIM : 1181001112
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Jenis Tugas Akhir : Skripsi (S1)

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Non-exclusive Royalty-Free Right) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**“Pengaruh *Brand Experience* dan *Brand Trust* Terhadap *Brand Loyalty*
(Studi Kasus Pada Jasa Kirim J&T)”**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada Tanggal : 18 Agustus 2022

Jakarta, 18 Agustus 2022



(Tri Utami Handayani)

**PENGARUH *BRAND EXPERIENCE* DAN *BRAND TRUST* TERHADAP
BRAND LOYALTY (Studi Kasus Pada Jasa Kirim J&T)**

Tri Utami Handayani¹

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul “Pengaruh *Brand Experience* Dan *Brand Trust* Terhadap *Brand Loyalty* (studi kasus pada jasa kirim J&T). Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh *brand experience* dan *brand trust* terhadap *brand loyalty* jasa kirim J&T. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan sampel yang digunakan adalah pengguna jasa kirim J&T selama 2 tahun sebanyak 101 orang. Teknik pengambilan data menggunakan *probability* dengan *simple random sampling*. Teknik analisis data yang digunakan adalah uji instrument, analisis deskriptif, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, uji koefisien determinasi, dan uji hipotesis dengan menggunakan SPSS 26. Hasil penelitian ini menunjukkan *brand experience* dapat mempengaruhi *brand loyalty* secara positif dan signifikan pada jasa kirim J&T, *brand trust* dapat mempengaruhi *brand loyalty* secara positif dan signifikan pada jasa kirim J&T, *brand experience* dan *brand trust* memiliki pengaruh serentak terhadap *brand loyalty*.

Kata kunci: *Brand_Experience*, *Brand_Trust*, *Brand_Loyalty*, J&T

**PENGARUH BRAND EXPERIENCE DAN BRAND TRUST TERHADAP
BRAND LOYALTY (Studi Kasus Pada Jasa Kirim J&T)**

Tri Utami Handayani¹

ABSTRACT

This research is entitled “The effect of Brand Experience and Brand Trust on Brand Loyalty (a case study on J&T delivery services). The purpose of this study was to determine the effect of brand experience and brand trust on the brand loyalty of J&T shipping services. This study uses quantitative methods with the sample used is J&T delivery service users for 2 years as many as 101 people. The data collection technique uses probability with simple random sampling. The data analysis technique used is instrument test, descriptive analysis, classical assumption test, multiple linear regression analysis, coefficient of determination test, and hypothesis testing using SPSS 26. The results of this study show that brand experience can affect brand loyalty positively and significantly in shipping services. J&T, brand trust can affect brand loyalty positively and significantly on J&T delivery services, brand experience and brand trust have a simultaneous effect on brand loyalty.

Keyword: Brand_Experience, Brand_Trust, Brand_Loyalty, J&T

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR	iii
KATA PENGANTAR	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	15
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Brand (Merek)	8
2.2 <i>Brand Experience</i> (Pengalaman Merek)	8
2.3 Dimensi Brand Experience (Pengalaman Merek).....	9
2.4 <i>Brand Trust</i> (Kepercayaan Merek)	9
2.5 Dimensi <i>Brand trust</i>	11
2.6 <i>Brand Loyalty</i> (Loyalitas Merek).....	12
2.7 Dimensi <i>Brand Loyalty</i> (Loyalitas Merek)	12
2.8 Hubungan Antar Variabel	13

2.8.1	Hubungan <i>Brand Experience</i> terhadap <i>Brand Loyalty</i>	13
2.8.2	Hubungan <i>Brand trust</i> terhadap <i>Brand Loyalty</i>	14
2.8.3	Hubungan <i>Brand Experience</i> dan <i>Brand trust</i> terhadap <i>Brand Loyalty</i>	14
2.9	Penelitian Terdahulu	14
2.9	Kerangka Konseptual Penelitian	18
2.10	Hipotesis.....	19
BAB III METODE PENELITIAN		20
3.1	Jenis Penelitian.....	20
3.2	Populasi dan Sampel	20
3.2.1	Populasi.....	20
3.2.2	Sampel	20
3.3	Teknik Pengambilan Sampel	21
3.4	Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data	22
3.4.1	Sumber Data	22
3.4.2	Teknik Pengumpulan Data	22
3.5	Variabel Penelitian dan Operasional Variabel	23
3.5.1	Variabel Penelitian.....	23
3.5.2	Operasional Variabel Penelitian	24
3.6	Teknik Analisis Data.....	25
3.6.1	Uji Instrument	25
3.6.2	Analisis Deskriptif	26
3.6.3	Uji Asumsi Klasik.....	27
3.6.4	Analisis Regresi Linier Berganda	28
3.6.5	Uji Koefisien Determinasi (R^2)	29
3.6.6	Uji Hipotesis	29

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	31
4.1 Pre-Test Kuesioner	31
4.1.1 Uji Validitas	31
4.1.2 Uji Reliabilitas	32
4.2 Analisis Karakteristik Responden	33
4.3 Statistik Deskriptif Variabel	34
4.3.1 Analisa Deskriptif <i>Brand experience</i> (X1)	35
4.3.2 Analisa Deskriptif <i>Brand trust</i> (X2)	37
4.3.3 Analisa Deskriptif Dimensi <i>Brand Loyalty</i> (Y)	38
4.4 Uji Asumsi Klasik	40
4.4.1 Uji Normalitas	40
4.4.2 Uji Multikolinieritas	42
4.4.3 Uji Heteroskedastisitas	42
4.5 Analisis Regresi Linear Berganda	45
4.6 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	46
4.7 Uji Hipotesis	47
4.7.1 Uji Parsial (Uji t)	47
4.7.2 Uji Serentak (Uji f)	48
4.8 Pembahasan	49
4.8.1 Pengaruh <i>Brand Experience</i> Terhadap <i>Brand Loyalty</i> pada jasa kirim J&T	49
4.8.2 Pengaruh <i>Brand Trust</i> Terhadap <i>Brand Loyalty</i> pada jasa kirim J&T	50
4.8.3 Pengaruh <i>Brand Experience</i> dan <i>Brand Trust</i> Terhadap <i>Brand Loyalty</i> pada jasa kirim J&T	51
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	53
5.1 Kesimpulan	53

5.2	Saran.....	53
	DAFTAR PUSTAKA.....	55
	LAMPIRAN.....	61

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Pengguna Internet	6
Gambar 1.2 Aktivitas Belanja Online Mingguan Masyarakat Indonesia	7
Gambar 1.3 Faktor-faktor Belanja Online	8
Gambar 1.4 Keluhan pengguna J&T di Twitter	9
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	24
Gambar 4.1 Grafik Normal P-Plot	44
Gambar 4.2 Gambar Scatterplot (Uji Heteroskedastisitas)	46
Gambar 4.3 Partial Regression Plot X_1	47
Gambar 4.4 Partial Regression Plot X_2	47

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	20
Tabel 3.1 Instrumen Penilaian Kuesioner	29
Tabel 3.2 Operasional Variabel.....	30
Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas Pre-test	36
Tabel 4.2 Pre-test Kuesioner Uji Reliabilitas.....	37
Tabel 4.3 Karakteristik Responden	38
Tabel 4.4 Deskriptif Rentang Jawaban Responden.....	39
Tabel 4.5 Deskriptif Variabel Brand Experience	40
Tabel 4.6 Deskriptif Variabel Brand Trust	41
Tabel 4.7 Deskriptif Variabel Brand Loyalty	42
Tabel 4.8 Hasil Uji Normalitas	43
Tabel 4.9 Hasil Uji Multikolinieritas	45
Tabel 4.10 Hasil Uji Heteroskedastisitas	46
Tabel 4.11 Koefisien Determinasi.....	49
Tabel 4.12 Uji t	50
Tabel 4.13 Uji Serentak (uji f)	51

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Form Kuesioner	56
Lampiran 2: Hasil Kuesioner	63
Lampiran 3: Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Pretest.....	70
Lampiran 4: Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas (101 responden).....	74
Lampiran 5: Karakteristik Responden	79
Lampiran 6: Analisis Deskriptif.....	79