

**PENGARUH *BRAND EXPERIENCE* TERHADAP *BRAND LOYALTY*  
DENGAN *BRAND LOVE* DAN *BRAND TRUST* SEBAGAI VARIABEL  
MEDIASI PADA MACBOOK APPLE**



**Disusun Oleh :**

**DEWI MASYITHOH**

**20180410266**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

**2022**

**PENGARUH *BRAND EXPERIENCE* TERHADAP *BRAND LOYALTY*  
DENGAN *BRAND LOVE* DAN *BRAND TRUST* SEBAGAI VARIABEL  
MEDIASI PADA MACBOOK APPLE**

***THE EFFECT OF BRAND EXPERIENCE ON BRAND LOYALTY WITH  
BRAND LOVE AND BRAND TRUST AS MEDIATING VARIABLES ON AN  
MACBOOK APPLE***

**SKRIPSI**

Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan untuk Memperoleh Gelar Sarjana pada  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen  
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



**Disusun Oleh :**

**DEWI MASYITHOH**

**20180410266**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

**2022**

## PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : Dewi Masyithoh

Nomor Mahasiswa : 20180410266

Jurusan : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Asal Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Judul Karya Tulis : PENGARUH *BRAND EXPERIENCE*  
TERHADAP *BRAND LOYALTY* DENGAN  
*BRAND LOVE* DAN *BRAND TRUST* SEBAGAI  
VARIABEL MEDIASI PADA MACBOOK  
APPLE

Menyatakan bahwa judul karya tulis ini tidak terdapat karya yang diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam Daftar Pustaka. Apabila terdapat karya atau pendapat yang pernah diterbitkan oleh orang lain maka saya bersedia karya tulis ini dibatalkan.

Yogyakarta, 17 April 2022



Dewi Masyithoh

## **PERSEMBAHAN**

Saya ingin berteimakash kepada Allah SWT. yang telah memberikan kekuatan dan kemudahan untuk segala sesuatu yang saya kerjakan.

Saya ingin mempersembahkan skripsi ini kepada kedua orang tua saya, adik, dan juga nenek saya yang telah memberikan doa dan dukungan penuh sehingga saya dapat menyelesaikan studi saya dengan baik.

Selanjutnya saya persembahkan juga kepada teman-teman baik saya yang tetap ada dan selalu memberikan semangat kepada saya.

## KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT. yang telah memberikan karunia dan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Brand Experience* terhadap *Brand Loyalty* dengan *Brand Love* dan *Brand Trust* sebagai Variabel Mediasi pada Macbook Apple”. Shalawat serta salam penulis panjatkan pada junjungan kita Nabi Muhammad SAW yang menjadi suri tauladan bagi kehidupan kita.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada :

1. Bapak Dr. Ir. Gunawan Budiyanto, MP., IPM. selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. Ibu Dr. Rr. Sri Handari W. S.E., M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah memberikan bimbingan.
3. Ibu Dr. Indah Fatmawati, S.E., M.Si. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan dan masukan dengan penuh kesabaran selama proses pengerjaan skripsi.
4. Seluruh dosen Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat.

5. Kedua orang tua serta keluarga besar yang selalu memberikan doa dan dukungan kepada penulis dalam menyelesaikan studi.
6. Teman-teman dan kerabat yang telah memberikan dukungan dan semangat kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
7. Semua pihak yang telah membantu dalam penyebaran kuesioner sehingga dapat memudahkan penulis.

Penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam penulisan skripsi ini. Maka dari itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi pengembangan penelitian selanjutnya. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat kepada seluruh pihak. Atas perhatiannya saya mengucapkan terima kasih.

Yogyakarta, 17 April 2022



Dewi Masyithoh

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN .....	iv
MOTTO .....	v
PERSEMBAHAN .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
INTISARI.....	ix
ABSTRACT .....	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR .....	xv
BAB 1 LATAR BELAKANG .....	1
1.1    Pendahuluan.....	1
1.2    Pertanyaan Penelitian.....	8
1.3    Tujuan Penelitian .....	9
1.4    Manfaat .....	9
BAB 2 LANDASAN TEORI.....	10
2.1    Teori Utama .....	10
2.2    Konsep dan Definisi Variabel.....	11
2.3    Hubungan Antar Variabel.....	15
2.4    Temuan Riset Terdahulu.....	31
2.5    Model Penelitian .....	36
BAB 3 METODE PENELITIAN .....	39
3.1    Pendekatan Penelitian .....	39
3.2    Responden Penelitian.....	39
3.3 <i>Setting</i> Penelitian .....	39
3.4    Metode Penyampelan dan Sampel Penelitian.....	40
3.5    Jenis Data dan Metode Pengumpulan Data .....	41
3.6    Identifikasi Variabel .....	41
3.7    Definisi Operasional .....	42

3.8	Pengujian Kualitas Instrumen.....	46
3.9	Metode Analisis Data .....	47
BAB 4 HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....		51
4.1	Gambaran Umum Objek dan Subjek Penelitian .....	51
4.2	Hasil Pengumpulan Data .....	52
4.3	Karakteristik Responden.....	53
4.4	Uji Kualitas Intrumen Data.....	55
4.5	Analisis Deskriptif .....	57
4.6	Hasil Penelitian .....	59
4.7	Pembahasan .....	72
BAB 5 SIMPULAN, KETERBATASAN PENELITIAN, DAN SARAN.....		77
5.1	Simpulan .....	77
5.2	Keterbatasan Penelitian .....	78
5.3	Saran .....	78
DAFTAR PUSTAKA .....		80
LAMPIRAN.....		87



Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian.....	87
Lampiran 2 : Responden dan Tabulasi Data Kuesioner.....	93
Lampiran 3 : Uji Validitas <i>Pretest</i> dengan SPSS 26.....	111
Lampiran 4 : Uji Reliabilitas <i>Pretest</i> dengan SPSS 26.....	115
Lampiran 5 : Uji Validitas Menggunakan CFA melalui AMOS 26 .....	117
Lampiran 6 : Uji Reliabilitas Menggunakan CFA melalui AMOS 26 .....	118
Lampiran 7 : Analisis Deskriptif.....	119
Lampiran 8 : Uji <i>Outliers</i> .....	120
Lampiran 9 : Kriteria <i>Goodness of Fit</i> .....	123
Lampiran 10 : Regression Weight: Group number 1 – Default Model) .....	125

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 1.1</b> Pertumbuhan <i>Market Share</i> dan Pengiriman Selama Tahun 2020 hingga Tahun 2021 dari Perusahaan PC .....	6
<b>Tabel 2.1</b> Temuan Riset Terdahulu .....	16
<b>Tabel 2.2</b> Temuan Riset Terdahulu .....	18
<b>Tabel 2.3</b> Temuan Riset Terdahulu .....	20
<b>Tabel 2.4</b> Temuan Riset Terdahulu .....	23
<b>Tabel 2.5</b> Temuan Riset Terdahulu .....	25
<b>Tabel 2.6</b> Temuan Riset Terdahulu .....	27
<b>Tabel 2.7</b> Temuan Riset Terdahulu .....	28
<b>Tabel 2.8</b> Temuan Riset Terdahulu .....	31
<b>Tabel 3.1</b> Definisi Operasional.....	45
<b>Tabel 4.1</b> Hasil Pengumpulan Data .....	53
<b>Tabel 4.2</b> Karakteristik Responden .....	54
<b>Tabel 4.3</b> Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas .....	56
<b>Tabel 4.4</b> Nilai Interpretasi Kelas-Kelas Interval.....	58
<b>Tabel 4.5</b> Analisis Deskriptif Variabel.....	58
<b>Tabel 4.6</b> Perhitungan <i>Degrees of Freedom</i> .....	62
<b>Tabel 4.7</b> Uji Normalitas Data.....	63
<b>Tabel 4.8</b> Uji <i>Outliers</i> .....	65
<b>Tabel 4.9</b> Hasil Uji <i>Goodness of Fit</i> .....	66
<b>Tabel 4.10</b> Hasil <i>Output Regression Weight</i> .....	68
<b>Tabel 4.11</b> <i>Standardized Direct Effects</i> .....	71
<b>Tabel 4.12</b> <i>Standardized Indirect Effects</i> .....	71

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 2.1</b> : Model Penelitian .....	37
<b>Gambar 4.1</b> : Diagram Jalur .....	60
<b>Gambar 4.2</b> : Model Struktural.....	61
<b>Gambar 4.3</b> : Batas <i>Mahalanobis Distance</i> .....	64
<b>Gambar 4.4</b> : <i>Output</i> Pemodelan <i>Structural Equation Model</i> .....	66