

**PENGARUH *BRAND EXPERIENCE* TERHADAP *PURCHASE DECISION*
DAN LOYALITAS PELANGGAN PADA PRODUK *SKINCARE MS GLOW* DI
KOTA SAMARINDA**

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan
Mencapai Derajat Sarjana Manajemen



Oleh :

Ade Hermawan Mahardika

1811102431009

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI BISNIS DAN POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH KALIMANTAN TIMUR
JUNI 2022**

**Pengaruh *Brand Experience* Terhadap *Purchase Decision* dan Loyalitas
Pelanggan pada Produk *Skincare Ms Glow* Di Kota Samarinda**

Skripsi

Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan
Mencapai Derajat Sarjana Manajemen



Oleh :

Ade Hermawan Mahardika

1811102431009

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI BISNIS DAN POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH KALIMANTAN TIMUR
JUNI 2022**

LEMBAR PERSETUJUAN

SKRIPSI

**PENGARUH *BRAND EXPERIENCE* TERHADAP *PURCHASE DECISION*
DAN LOYALITAS PELANGGAN PADA *SKINCARE* PRODUK
MS. GLOW DI KOTA SAMARINDA**

Oleh :

Ade Hermawan Mahardika
1811102431009

Samarinda, 27 Juni 2022

Telah disetujui oleh :
Pembimbing



Dewi Sartika S.ST., M.M
NIDN. 1124129401

LEMBAR PENGESAHAN

SKRIPSI

**PENGARUH *BRAND EXPERIENCE* TERHADAP *PURCHASE DECISION*
DAN LOYALITAS PELANGGAN PADA *SKINCARE* PRODUK
MS. GLOW DI KOTA SAMARINDA**

Yang disiapkan dan disusun oleh :

Nama : Ade Hermawan Mahardika
NIM : 1811102431009
Program Studi : S1 Manajemen

Telah dipertahankan di depan penguji pada tanggal 1 Juli 2022 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan guna mencapai derajat Sarjana Manajemen pada Universitas Muhammadiyah Kalimantan Timur.

Susunan Penguji :

Penguji I : Ermi Utami, S.E., M.E.
NIDN. 1101018802

()


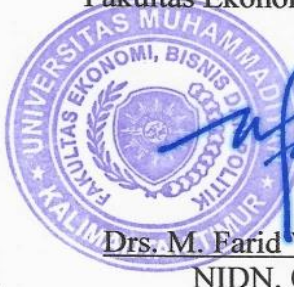
Penguji II : Dewi Sartika, S.ST., M.M.
NIDN. 1124129401

()

Mengetahui,



Dekan

Fakultas Ekonomi Bisnis dan Politik



Drs. M. Farid Wajdi, M.M., Ph.D
NIDN. 0605056501

Ketua

Program Studi Manajemen



Ihwan Susila, S.E., M.Si., Ph.D
NIDN. 0620107201

PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Ade Hermawan Mahardika

NIM : 1811102431009

Program Studi : Manajemen

Email : adehermawan30456@gmail.com

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini adalah asli dan benar-benar hasil karya sendiri, baik sebagian maupun keseluruhan, bukan hasil karya orang lain dengan mengatasnamakan saya, serta bukan merupakan hasil penjiplakan (plagiarism) dari hasil karya orang lain;
2. Karya dan pendapat orang lain yang dijadikan sebagai bahan rujukan (referensi) dalam skripsi ini, secara tertulis dan secara jelas dicantumkan sebagai bahan sumber acuan dengan menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan di daftar pustaka sesuai dengan ketentuan penulisan ilmiah yang berlaku;
3. Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan atau ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademis, dan sanksi-sanksi lainnya yang sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Samarinda, 27 Juni 2022

Yang Membuat Pernyataan,



Ade Hermawan Mahardika

RIWAYAT HIDUP

Ade Hermawan Mahardika lahir pada tanggal 15 Desember 1999 di Penajam, Kalimantan Timur. Penulis merupakan anak ke tiga dari tiga bersaudara pasangan Bapak Alm. Misdi dan Ibu Haryati.

Jenjang pendidikan penulis dimulai dari pendidikan Sekolah Dasar (SD) di SD Negeri 003 Penajam dan melanjutkan pendidikan Sekolah Menengah Pertama (SMP) di SMP Negeri 21 Penajam, kemudian melanjutkan pendidikan Sekolah Menengah Atas (SMA) di SMA Negeri 1 Penajam.

Pada tahun 2018 penulis melanjutkan pendidikan ke jenjang yang lebih tinggi di Universitas Muhammadiyah Kalimantan Timur dan memilih Program Studi S1 Manajemen Pemasaran dibawah naungan jurusan Manajemen. Untuk memenuhi syarat dalam menyelesaikan program studi ini penulis berhasil mengambil judul penelitian yaitu Pengaruh *Brand Experience* terhadap *Purchase Decision* dan Loyalitas Pelanggan pada Produk *Skincare Ms Glow* di Kota Samarinda.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Brand Experience* terhadap *Purchase Decision* dan loyalitas pelanggan pada produk Ms. Glow di Kota Samarinda. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif kuantitatif. Metode penelitian yang digunakan yaitu metode survei dengan pengolahan data menggunakan *Software Smart-PLS*. Pengumpulan data dilakukan dengan penyebaran kuesioner kepada 144 responden dengan karakteristik responden pria dan wanita, frekuensi pembelian serta lama pemakaian produk MS. Glow di Kota Samarinda.

Berdasarkan hasil penelitian yang didapatkan terdapat pengaruh *Brand Experience* yang positif dan signifikan terhadap *Purchase Decision*, pengaruh *Brand Experience* yang positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan serta pengaruh *Purchase Decision* yang positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Kata Kunci: *Brand Experience*, *Purchase Decision* dan Loyalitas Pelanggan.

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of Brand Experience on Purchase Decision and Customer Loyalty on Ms. Glow in Samarinda City. This research uses quantitative descriptive research. The research method used is a survey method with data processing using SmartPLS software. Data was collected by distributing questionnaires to 120 respondents with the characteristics of male and female respondents, frequency of purchase and use and where to get information about products MS. Glow in Samarinda City.

Based on the research results, there is a positive and significant influence of Brand Experience on Purchase Decision, a positive and significant influence of Brand Experience on loyalitas pelanggan and a positive and significant influence of Purchase Decision on loyalitas pelanggan.

Keywords: *Brand Experience, Purchase Decision and Customer Loyalty.*

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb.

Puji syukur kepada Allah SWT berkat Rahmat, Hidayah, dan Karunia-Nya kepada kita semua sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal skripsi dengan judul “Pengaruh *Brand Experience* terhadap *Purchase Decision* dan Loyalitas Pelanggan pada Produk *Skincare* Ms. Glow di Kota Samarinda” dapat terselesaikan dalam pada waktu yang telah direncanakan.

Do’a sholawat semoga senantiasa melimpah ke haribaan Muhammad SAW., Rasul akhir zaman, penutup para Nabi yang membawa kesempurnaan ajaran Tauhid dan keutamaan budi pekerti. Dan semoga tumpahan do’a sholawat menetes kepada segenap keluarga dan sahabatnya, para syuhada’, para mushonnifin, para ulama’, dan seluruh umatnya yang dapat dengan tulus ikhlas mencintainya dan menjunjung sunnahnya.

Selama proses penyusunan skripsi ini, banyak pihak yang telah memberikan bantuan dan dukungan kepada saya. Sebagai ungkapan syukur, dalam kesempatan ini saya ingin mengucapkan terimakasih kepada :

1. Bapak Rektor Universitas Muhammadiyah Kalimantan Timur Prof. Dr. H. Bambang Setiadji.
2. Bapak Dekan Fakultas Ekonomi Bisnis dan Politik Universitas Muhammadiyah Kalimantan Timur M. Farid Wajdi, S. E., M.M., Ph.D.
3. Ketua Program Studi Bapak Ihwan Susila, E.E., M.Si., Phd
4. Ibu pembimbing Dewi Sartika S.ST., M.M.
5. Dosen Penguji Ibu Ermi Utami, S.E., M.E.
6. Orang tua saya tercinta (Haryati), terimakasih selalu memberikan semangat, do’a, nasehat, kasih sayang, serta uang bulanannya, dan terimakasih atas

kesabaran yang sangat luar biasa dalam mendampingi penulis untuk mencapai semua cita-cita. Penulis berharap bisa menjadi anak yang membanggakan.

7. Kakak saya tercinta Juliardi Mahardika dan Alfianur Mahardika yang selalu menghibur dan terimakasih atas do'a dan segala dukungan.
8. Terimakasih teman-teman kost yang memberikan semangat saat mengerjakan skripsi ini Andika, Kemal, Agi, Ichwan dan Dayat. Khususnya teman saya yang menemani saya begadang mengerjakan skripsi ini Aza Harfiuz.
9. Teman-teman saya yang di Penajam Adiva, Alhaemin, Diki Wahyudi, Andi Wahyudi (Oho), Rizki Ramadhan, Cacul, Resky Bece, Akbar, Aswin, Fahri, dan Feri terima kasih telah memberikan dukungannya.
10. Dan teman-teman seangkatan Squad Drink Forever Renal, Fuad, Yogi, Arie, Aman, Amat, Usuf, Iqbal, dan Rudi terimakasih sudah memberikan semangat untuk mengerjakan skripsi.
11. Rekan-rekan dalam penyusunan dan pelaksanaan penelitian Febri Ambarwati, Meri Ariani dan Lutfi.
12. Semua pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu per satu, yang ikhlas telah membantu hingga terselesaikannya skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam penulisan skripsi ini. Oleh karena itu penulis berharap kepada pembaca untuk memberikan kritik serta saran yang dapat membangun. Akhir kata semoga penulisan skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua.

Samarinda, 29 Maret 2021

Penulis



Ade Hermawan Mahardika
1811102431009

DAFTAR ISI

| | |
|---|-------------|
| LEMBAR PERSETUJUAN | ii |
| LEMBAR PENGESAHAN | iii |
| PERNYATAAN ORISINALITAS..... | iv |
| RIWAYAT HIDUP | v |
| ABSTRAK | vi |
| ABSTRACT..... | vii |
| KATA PENGANTAR..... | viii |
| DAFTAR ISI..... | ix |
| DAFTAR GAMBAR..... | xii |
| DAFTAR TABEL | xiii |
| LAMPIRAN..... | xiv |
| BAB I PENDAHULUAN..... | 1 |
| A. Latar Belakang Masalah | 5 |
| B. Rumusan Masalah | 5 |
| C. Batasan Masalah | 5 |
| D. Tujuan Penelitian | 5 |
| E. Manfaat Penelitian | 6 |
| 1. Manfaat Teoritis | 6 |
| 2. Manfaat Praktis | 6 |
| BAB II TEORI DAN PERUMUSAN HIPOTESIS..... | 7 |
| A. Tinjauan Penelitian Terdahulu | 7 |
| B. Teori dan Kajian Pustaka | 11 |
| 1. Pemasaran..... | 11 |
| 2. <i>Brand Experience</i> (Pengalaman Merek) | 12 |
| 3. <i>Purchase Decision</i> (Keputusan Pembelian)..... | 14 |
| 4. Loyalitas Pelanggan | 15 |
| C. Kerangka Konseptual..... | 17 |
| D. Hipotesis | 18 |
| 1. Pengaruh <i>Brand Experience</i> terhadap <i>Purchase Decision</i> | 18 |
| 2. Pengaruh <i>Brand Experience</i> terhadap loyalitas Pelanggan..... | 19 |
| 3. Pengaruh <i>Purchase Decision</i> terhadap Loyalitas Pelanggan | 20 |

| | |
|---|-----------|
| BAB III METODE PENELITIAN | 21 |
| A. Jenis Penelitian..... | 21 |
| B. Populasi dan Teknik Penentuan Sampel | 21 |
| 1. Populasi | 21 |
| 2. Sampel..... | 21 |
| C. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel..... | 22 |
| D. Sumber Data Penelitian..... | 24 |
| E. Teknik Pengumpulan Data..... | 25 |
| F. Teknik Analisis Data..... | 26 |
| 1. Uji Deskriptif..... | 26 |
| 2. Uji Validitas | 27 |
| 3. Uji Reliabilitas..... | 30 |
| 4. Model Struktural (<i>inner model</i>)..... | 30 |
| BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN | 31 |
| A. Gambaran Umum Objek Penelitian | 31 |
| B. Uji Instrumen Data..... | 38 |
| C. Skema Model <i>Partial Least Square (PLS)</i> | 40 |
| D. Model Pengukuran atau <i>Outer Model</i> | 40 |
| 1. <i>Convergent Validity</i> | 42 |
| 2. <i>Discriminant Validity</i> | 43 |
| 3. <i>Average Variance Extracted (AVE)</i> | 45 |
| 4. <i>Composite Reliability</i> dan <i>Cronbach Alpha</i> | 45 |
| E. Model Struktural atau <i>Inner Model</i> | 46 |
| 1. Uji <i>Goodness-Fit Model</i> | 46 |
| 2. Uji Hipotesis..... | 47 |
| F. Pembahasan..... | 50 |
| BAB V PENUTUP..... | 56 |
| A. Kesimpulan | 56 |
| B. Saran | 57 |
| DAFTAR PUSTAKA | 58 |
| LAMPIRAN..... | 60 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|---|----|
| Gambar 1.1 <i>Seller</i> Ms. Glow di Indonesia..... | 1 |
| Gambar 1.2 <i>Review</i> Pelanggan Ms. Glow..... | 2 |
| Gambar 2.1 Kerangka Konsep | 17 |
| Gambar 4.1 Model Struktural | 40 |
| Gambar 4.3 Model Structural Algoritma PLS | 49 |

DAFTAR TABEL

| | |
|--|----|
| Tabel 2.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu | 7 |
| Tabel 3.1 Definisi Operasional dan Indikator | 23 |
| Tabel 3.2 Skor pada Analisis Deskriptif | 27 |
| Tabel 3.3 Parameter Uji Validitas dalam Model Pengukuran PLS..... | 29 |
| Tabel 4.1 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin | 33 |
| Tabel 4.2 Data Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian Ms. Glow Dalam 1 Tahun | 33 |
| Tabel 4.3 Data Responden Berdasarkan Lama Pemakaian | 34 |
| Tabel 4.4 Persentase Tanggapan Responden Variabel <i>Brand Experience</i> .. | 35 |
| Tabel 4.5 Persentase Tanggapan Responden Variabel <i>Purchase Decision</i> .. | 36 |
| Tabel 4.6 Persentase Tanggapan Responden Variabel <i>CustomerLoyalty</i> ... | 37 |
| Tabel 4.7 Uji Validitas SPSS | 38 |
| Tabel 4.8 Uji Reliabilitas SPSS | 39 |
| Tabel 4.9 Hasil <i>Loading Factor</i> | 41 |
| Tabel 4.10 Hasil <i>Outer Loading</i> | 43 |
| Tabel 4.11 Hasil <i>Cross Loading</i> | 44 |
| Tabel 4.12 Hasil <i>Average Variance Extracted (AVE)</i> | 45 |
| Tabel 4.13 Hasil <i>Composite Reliability</i> dan <i>Cronbach Alpha</i> | 46 |
| Tabel 4.14 Hasil <i>R-Square</i> | 46 |
| Tabel 4.15 Hasil Uji Hipotesis | 47 |
| Tabel 4.16 Pengaruh Tidak Langsung | 48 |

LAMPIRAN

| | |
|--|----|
| Lampiran 1 Kuesioner..... | 60 |
| Lampiran 2 Tabel Frekuensi SPSS | 62 |
| Lampiran 3 Uji Validitas SPSS..... | 64 |
| Lampiran 4 Uji Reliabilitas SPSS..... | 67 |
| Lampiran 5 <i>Smart</i> -PLS Model Structural | 68 |
| Lampiran 6 Loading Factor..... | 69 |
| Lampiran 7 Outer Loading (Convergent Validity) | 70 |
| Lampiran 8 <i>Cross Loading</i> | 70 |
| Lampiran 9 <i>Average Variance Extracted</i> (AVE)..... | 71 |
| Lampiran 10 <i>Composite Reliability</i> dan <i>Cronbach's Alpha</i> | 71 |
| Lampiran 11 <i>R-square</i> | 71 |
| Lampiran 12 Hipotesis | 71 |
| Lampiran 13 Hubungan Tidak Langsung | 71 |