

**PENGARUH BRAND EXPERIENCE TERHADAP BRAND LOYALTY  
PADA PENGGUNAAN PRODUK KOSMETIK  
LIP CREAM MEREK PIXY  
(Studi Kasus Pada Mahasiswi FEB UMPRI)**

**Oleh  
Naeli Zuhroh**

**Skripsi**

**Sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar  
SARJANA EKONOMI  
Pada  
Jurusan Manajemen  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis**



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PRINGSEWU LAMPUNG  
TAHUN 2020**

## ABSTRAK

NAELI ZUHROH, Pengaruh Brand Experience Terhadap Brand Loyalty Pada Penggunaan Produk Kosmetik Lip Cream Merek Pixy (Studi Kasus Pada Mahasiswi FEB UMPRI) (Di bawah bimbingan Ibu Atmi Saptarini, S.E., M.M., Sebagai Pembimbing I dan Ibu Nasyi'atun Inayati Utami, S.E., M.M., Sebagai Pembimbing II). xiii + 56 halaman + 13 tabel + 1 Gambar dan lampiran.

Loyalitas merek merupakan komitmen konsumen untuk melakukan pembelian ulang terhadap merek tertentu secara konsisten pada masa yang akan datang. Merek dapat memberikan sinyal siapa, bagaimana karakteristik konsumen yang membeli atau menggunakan produk tersebut, serta menunjukkan jenis atau kelas konsumen pemakai merek tersebut. Pengalaman konsumen terhadap suatu merek sangatlah berkaitan dengan kepercayaan terhadap merek tersebut. Rumusan masalah penelitian ini adalah Apakah ada pengaruh brand experience terhadap brand loyalty pada penggunaan produk kosmetik lipcream merk Pixy?. Tujuan penelitian ini adalah Ingin mengetahui pengaruh brand experience terhadap brand loyalty pada penggunaan produk kosmetik lipcream merk Pixy.

Dalam penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif. Metode pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti adalah dokumentasi dan kuesioner. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Pringsewu sebanyak 281 orang dengan menggunakan teknik *Stratified random sampling* didapatkan sampel sebesar 56 mahasiswi. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier sederhana dan pengujian hipotesis menggunakan uji-t.

Berdasarkan analisis data didapat hasil bahwa Ada pengaruh brand experience terhadap brand loyalty pada penggunaan produk kosmetik lipcream merek Pixy, dibuktikan dengan nilai t-hitung brand experience sebesar 13.499 dan nilai t-tabel sebesar 1.674. Hal tersebut dapat diartikan bahwa nilai t-hitung > nilai t-tabel, sehingga  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak. Variabel brand experience memberikan kontribusi sebesar 77,1% terhadap brand loyalty dan sisanya sebesar 22,9% dijelaskan atau dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diidentifikasi dalam penelitian ini.

**LEMBAR PERSETUJUAN**

Judul Skripsi : **PENGARUH BRAND EXPERIENCE TERHADAP BRAND LOYALTY PADA PENGGUNAAN PRODUK KOSMETIK LIP CREAM MEREK PIXY (Studi Kasus pada Mahasiswi FEB UMPRI)**

Nama Mahasiswa : **NAELI ZUHROH**

No. Pokok Mahasiswa : 16010064


Program Studi : Manajemen

Konsentrasi : Manajemen Pemasaran


Fakultas : Ekonomi dan Bisnis



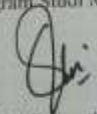
Pembimbing I,

  
**Atmi Saptarini, S.E., M.M.**  
NIDN 0211097301

Pembimbing II,

  
**Nasyiatun Mayati Utami, S.E., M.M.**  
NIDN 0209029201

2. Ketua Program Studi Manajemen:

  
**Dewi Mariam Widimarsih, S.E., M.M.**  
NIDN 0219088804

MENGESAHKAN

1. Tim Penguji

Ketua : Atmi Saptarini, S.E., M.M.

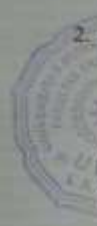
Sekretaris : Nasyiatun Inayati Utami, S.E., M.M.

Penguji Utama : Fatoni, S.E., M.M.



2. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Muhammadiyah Pringsewu Lampung

Sapto Yuwono, S.Pd., M.M.  
NBM 672194



Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 15 Juli 2020

## **PERSEMBAHAN**

Kupersembahkan skripsi ini kepada:

1. Kedua orang tuaku tercinta Ibunda Salimah dan Ayahanda Sodikin yang selalu mendo'akan serta mendukung untuk keberhasilanku.
2. Kakakku Nailul Afifah, Adikku Yazid Muslihan dan Faiq Akmal Amsyar yang turut memberikan motivasi kepadaku dalam menyelesaikan kuliah.
3. Almamater Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Pringsewu Lampung.

## **MOTTO**

*"Wanita itu sama seperti bunga. Mereka harus diperlakukan dengan lembut, baik, dan penuh kasih sayang."*

Ali bin Abi Thalib

## **RIWAYAT HIDUP**

Penulis lahir di Bandung Baru Kecamatan Adiluwih Kabupaten Pringsewu, pada tanggal 09 Februari 1998, penulis merupakan anak kedua dari empat bersaudara pasangan Ibu Salimah dan Bapak Sodikin.

### **A. Riwayat Pendidikan**

Pendidikan yang pernah penulis tempuh adalah:

1. SD Negeri 2 Bandung Baru, tamat Tahun 2009,
2. SMP Negeri 1 Banyumas, tamat Tahun 2012,
3. SMA Negeri 39 Jakarta, tamat Tahun 2015,
4. Kuliah di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Pringsewu Lampung, Jurusan Manajemen tahun 2016.

## KATA PENGANTAR

Penulis memanjatkan puji syukur kehadirat Allah SWT karena berkat rahmat dan hidayah-Nyalah penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Pengaruh Brand Experience Terhadap Brand Loyalty Pada Penggunaan Produk Kosmetik Lip Cream Merek Pixy (Studi Kasus Pada Mahasiswi FEB UMPRI)”. Penulis tertarik meneliti variabel Brand Experience Terhadap Brand Loyalty didasarkan pada hasil prapenelitian diketahui bahwa bahwa lipcream merek Pixy lebih lebih diminati mahasiswi dibandingkan merek lain.

Penulis dalam menyelesaikan skripsi ini, banyak menerima masukan dan saran yang berguna, baik yang bersifat langsung maupun tidak langsung dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Wanawir, AM., M.M., Selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Pringsewu Lampung.
2. Spto Yuwono, S.Pd., M.M., selaku Dekan FEB Universitas Muhammadiyah Pringsewu Lampung.
3. Dewi Mariam Widiniarsih, S.E. M.M., selaku Ketua Program Studi Manajemen FEB Universitas Muhammadiyah Pringsewu Lampung.
4. Atmi Saptarini, S.E., M.M., selaku Pembimbing I yang telah memberikan petunjuk dan arahan dalam penyusunan skripsi ini.
5. Nasyi’atun Inayati Utami, S.E., M.M., selaku Pembimbing II yang telah memberikan petunjuk dan arahan dalam penyusunan skripsi ini.



6. Bapak dan Ibu Dosen serta segenap staf karyawan FEB Universitas Muhammadiyah Pringsewu Lampung yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat.
7. Rekan-rekan Mahasiswa FEB Universitas Muhammadiyah Pringsewu Lampung yang telah membantu kelancaran penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari dalam penulisan skripsi masih banyak kekurangan baik isi maupun bentuknya. Untuk itu kritik dan saran yang bersifat membangun sangat penulis harapkan guna perbaikan penulisan di masa datang.

Semoga semua amal baik Bapak, Ibu dan Saudara dibalas Allah SWT dengan pahala yang setimpal. Penulis berharap mudah-mudahan skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis khususnya dan bagi pembaca umumnya.

Pringsewu, Juni 2020  
Penyusun,

**Naeli Zuhroh**  
**NPM. 16010064**

## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN ABSTRAK .....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN .....	iii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iv
HALAMAN PESEMBAHAN .....	v
HALAMAN MOTTO .....	vi
HALAMAN RIWAYAT HIDUP .....	vii
KATA PENGANTAR .....	viii
DAFTAR ISI .....	x
DAFTAR TABEL .....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
<b>BAB I      PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah .....	5
C. Ruang Lingkup Penelitian .....	5
D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian .....	5
<b>BAB II     LANDASAN TEORI, KERANGKA PIKIR DAN HIPOTESIS</b>	
A. Brand Loyalty.....	7
1. Pengertian Brand.....	7
2. Pengertian Brand Loyalty .....	10
3. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Brand Loyalty ...	11
4. Indikator Brand Loyalty.....	13
B. Brand Experience .....	14
1. Pengertian Brand Experience.....	14
2. Aspek-aspek Brand Experience .....	16
3. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Brand Experience .....	18
4. Indikator Brand Experience .....	19
C. Kerangka Pikir .....	21
D. Hipotesis .....	23
<b>BAB III    METODOLOGI PENELITIAN</b>	
A. Metode Penelitian.....	24
B. Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	24
C. Metode Pengumpulan Data .....	26
D. Instrumen Penelitian.....	27
E. Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel .....	31
F. Analisis Data .....	34

BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
	A. Situasi dan Kondisi Tempat Penelitian .....	40
	B. Pengumpulan Data dan Penyajian Data .....	43
	C. Analisis Data .....	44
	D. Pembahasan Hasil Penelitian .....	53

BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	
	A. Kesimpulan .....	55
	B. Saran-Saran .....	55

DAFTAR PUSTAKA  
LAMPIRAN-LAMPIRAN

## DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Data Mahasiswi FEB Universitas Muhammadiyah Pringsewu yang Melakukan Pembelian Produk Lipcream .....	4
2. Kisi-Kisi Instrumen.....	28
3. Populasi Penelitian.....	32
4. Sampel Penelitian.....	33
5. Interval Koefisien Korelasi .....	39
6. Hasil Uji Validitas Variabel Brand experience.....	45
7. Hasil Uji Validitas Variabel Brand loyalty .....	46
8. Hasil Uji Reliabilitas .....	47
9. Tanggapan Responden Mengenai Brand experience .....	48
10. Tanggapan Responden Mengenai brand loyalty .....	49
11. Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana .....	50
12. Hasil uji t.....	51
13. Koefisien Determinasi .....	52
14. Interval Koefisien Korelasi .....	53

## DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Kerangka Pikir Penelitian .....	22