

**PENGARUH IDENTIFIKASI MEREK TERHADAP LOYALITAS MEREK
MELALUI KETERLIBATAN MEREK DAN KEPUASAN PELANGGAN
PADA PENGGUNA *SMARTPHONE* SAMSUNG**

S K R I P S I

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Penyelesaian
Program Pendidikan Sarjana
Program Studi Sarjana Manajemen



Oleh :
SETYA INTAN ANGGI PRATIWI
NIM: 2016210161

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS
S U R A B A Y A
2020

**PENGARUH IDENTIFIKASI MEREK TERHADAP LOYALITAS MEREK
MELALUI KETERLIBATAN MEREK DAN KEPUASAN PELANGGAN
PADA PENGGUNA *SMARTPHONE* SAMSUNG**

S K R I P S I

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Penyelesaian
Program Pendidikan Sarjana
Program Studi Sarjana Manajemen



Oleh :
SETYA INTAN ANGGI PRATIWI
NIM: 2016210161

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS
S U R A B A Y A
2020

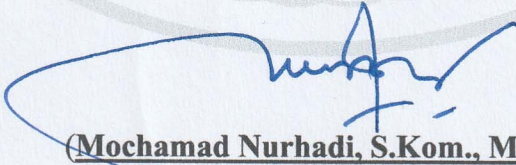
**PENGARUH IDENTIFIKASI MEREK TERHADAP LOYALITAS MEREK
MELALUI KETERLIBATAN MEREK DAN KEPUASAN PELANGGAN
PADA PENGGUNA *SMARTPHONE* SAMSUNG**

Diajukan oleh :

**SETYA INTAN ANGGI PRATIWI
2016210161**

Skripsi ini telah dibimbing
dan dinyatakan siap diujikan

Dosen Pembimbing,
Tanggal : 23 - 01 - 2020


(Mochamad Nurhadi, S.Kom., M.M.)

NIDN: 0721036902

SKRIPSI

**PENGARUH IDENTIFIKASI MEREK TERHADAP LOYALITAS MEREK
MELALUI KETERLIBATAN MEREK DAN KEPUASAN PELANGGAN
PADA PENGGUNA *SMARTPHONE* SAMSUNG**

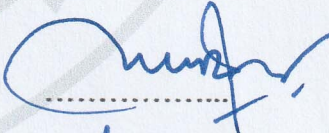
Diajukan oleh :

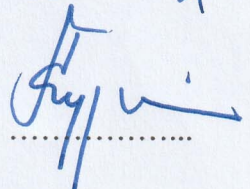
**SETYA INTAN ANGGI PRATIWI
2016210161**

Dipertahankan di depan Tim Penguji
dan dinyatakan Lulus Ujian Skripsi
pada tanggal 03 Februari 2020

Tim Penguji

Ketua : Dr. Ronny, S.Kom.,M.Kom.,MH. 

Sekretaris: : Mochammad Nurhadi, S.Kom., M.M. 

Anggota : Prof. Dr. Dra. Tatik Suryani, Psi., M.M. 

PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Setya Intan Anggi Pratiwi
Tempat, Tanggal Lahir : Surabaya, 06 September 1998
N.I.M : 2016210161
Program Studi : Manajemen
Program Pendidikan : Sarjana
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Judul : Pengaruh Identifikasi Merek Terhadap Loyalitas
Merek Melalui Keterlibatan Merek Dan Kepuasan
Pelanggan Pada Pengguna *Smartphone* Samsung

Disetujui dan diterima baik oleh:

Ketua Program Studi Sarjana Manajemen,
Tanggal: 18 - 02 - 2020

Dosen Pembimbing,
Tanggal: 18-02-2020


Burhanudin, SE., M.Si., Ph.D.


Mochamad Nurhadi, S.Kom., M.M.
NIDN: 0721036902

MOTTO:

“EVERYBODY IS A GENIUS. BUT IF YOU JUDGE A FISH BY ITS ABILITY TO CLIMB A TREE IT WILL LIVE ITS WHOLE LIFE BELIEVING THAT IT IS STUPID”

HALAMAN PERSEMBAHAN

Terima kasih sebesar-besarnya kepada semua pihak yang senantiasa membantu saya dalam proses penyelesaian tugas akhir dan studi di STIE Perbanas ini. Banyak kisah yang sudah dilalui hingga saya dapat menyelesaikan tugas akhir tepat pada waktunya. Oleh karena itu, saya yang berbahagia ini memberikan persembahan rasa terima kasih saya yang sedalam-dalamnya kepada:

1. Allah SWT atas rahmat dan karunia yang selalu memberikan segala kemudahan dan berkah luar biasa sehingga saya dapat menyelesaikan tugas akhir dan studi saya secara tepat waktu.
2. Ayah dan Mama saya tercinta, yang selalu memberikan dukungan moril maupun materil agar saya tetap semangat dan sabar menyelesaikan tugas akhir ini hingga selesai.
3. Dosen Pembimbing Bapak Mochamad Nurhadi, S.Kom., M.M. yang selalu sabar dalam membimbing saya, memberikan nasihat, serta membagi ilmu kepada saya.
4. Dosen Wali Ibu Shinta Setia, Psi., M.Com yang telah memberi saya banyak arahan dan nasihatnya selama 7 semester ini hingga saya bisa menyelesaikan proses perkuliahan dengan lancar.
5. Sahabat-sahabat Keluar(ga) Berencana yang selalu bersama-sama dari awal kuliah sampai mengerjakan tugas akhir bersama-sama: Adellya, Dhea, Ulin, Amilia, Shania, Windy, Billi, Kevin, Teda, Faris, Tantri, Alip, Anafi, Youstinho, Novian, Noel, Basyir.
6. Seseorang yang spesial dan terkasih Abang (namanya disamarkan ehehe) yang selalu menemani saya, dan memberikan support penuh

kepada saya, sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

Semua pihak yang tidak bisa saya sebutkan satu-satu dalam lembar persembahan ini. Terima kasih banyak 3,5 tahun yang luar biasa indah di STIE Perbanas Surabaya. Saya bukan apa-apa tanpa kalian, I'll Miss you.



KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kami persembahkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa, karena berkat rahmat dan karunia-Nya penulis mampu menyelesaikan penyusunan Skripsi dengan judul **“Pengaruh Identifikasi Merek Terhadap Loyalitas Merek Melalui Keterlibatan Merek dan Kepuasan Pelanggan Pada Pengguna *Smartphone* Samsung”**. Penyusunan skripsi ini adalah untuk memenuhi salah satu persyaratan kelulusan di STIE Perbanas Surabaya program studi Sarjana Manajemen. Penyusunannya dapat terlaksana dengan baik berkat dukungan dari banyak pihak. Untuk itu, pada kesempatan ini peneliti mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Mochamad Nurhadi, S.Kom., M.M. selaku dosen pembimbing.
2. Ibu Shinta Setia, Psi., M.Com selaku dosen wali.
3. Bapak Yudi Sutarso, SE., M.Si selaku Ketua STIE Perbanas Surabaya.
4. Bapak Burhanudin, SE., M.Si., Ph.D selaku Ketua Program Studi Sarjana Manajemen STIE Perbanas Surabaya.

Semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu – persatu yang telah membantu peneliti baik langsung maupun tidak langsung dalam menyelesaikan penelitian ini. Walaupun demikian, dalam penulisan penelitian ini, peneliti menyadari bahwa belum sempurna. Oleh karena itu, peneliti mengharapkan saran dan kritik demi kesempurnaan penulisan skripsi ini.

Surabaya, Januari 2020

Peneliti

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN SIAP DIUJI.....	ii
HALAMAN LULUS UJIAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iv
HALAMAN MOTTO & PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
ABSTRACT.....	xiii
ABSTRAK.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	11
1.4 Manfaat Penelitian.....	12
1.5 Sistematika Penulisan Skripsi.....	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	15
2.1 Penelitian Terdahulu.....	15
2.2 Landasan Teori.....	22
2.3 Hubungan Antar Variabel.....	31
2.4 Kerangka Penelitian.....	39
2.5 Hipotesis Penelitian.....	39
BAB III METODE PENELITIAN.....	41
3.1 Rancangan Penelitian.....	41
3.2 Batasan Penelitian.....	42
3.3 Identifikasi Variabel.....	42
3.4 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	43
3.5 Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel.....	45
3.6 Instrumen Penelitian.....	46
3.7 Data dan Metode Pengumpulan Data.....	48
3.8 Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian.....	49
3.9 Teknik Analisis Data.....	50
BAB IV GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA... 58	58
4.1 Gambaran Subyek Penelitian.....	58
4.2 Analisis Data.....	60
4.3 Pembahasan.....	74

BAB V	PENUTUP.....	80
	5.1 Kesimpulan.....	80
	5.2 Keterbatasan Peneliti.....	81
	5.3 Saran.....	81

DAFTAR RUJUKAN
LAMPIRAN

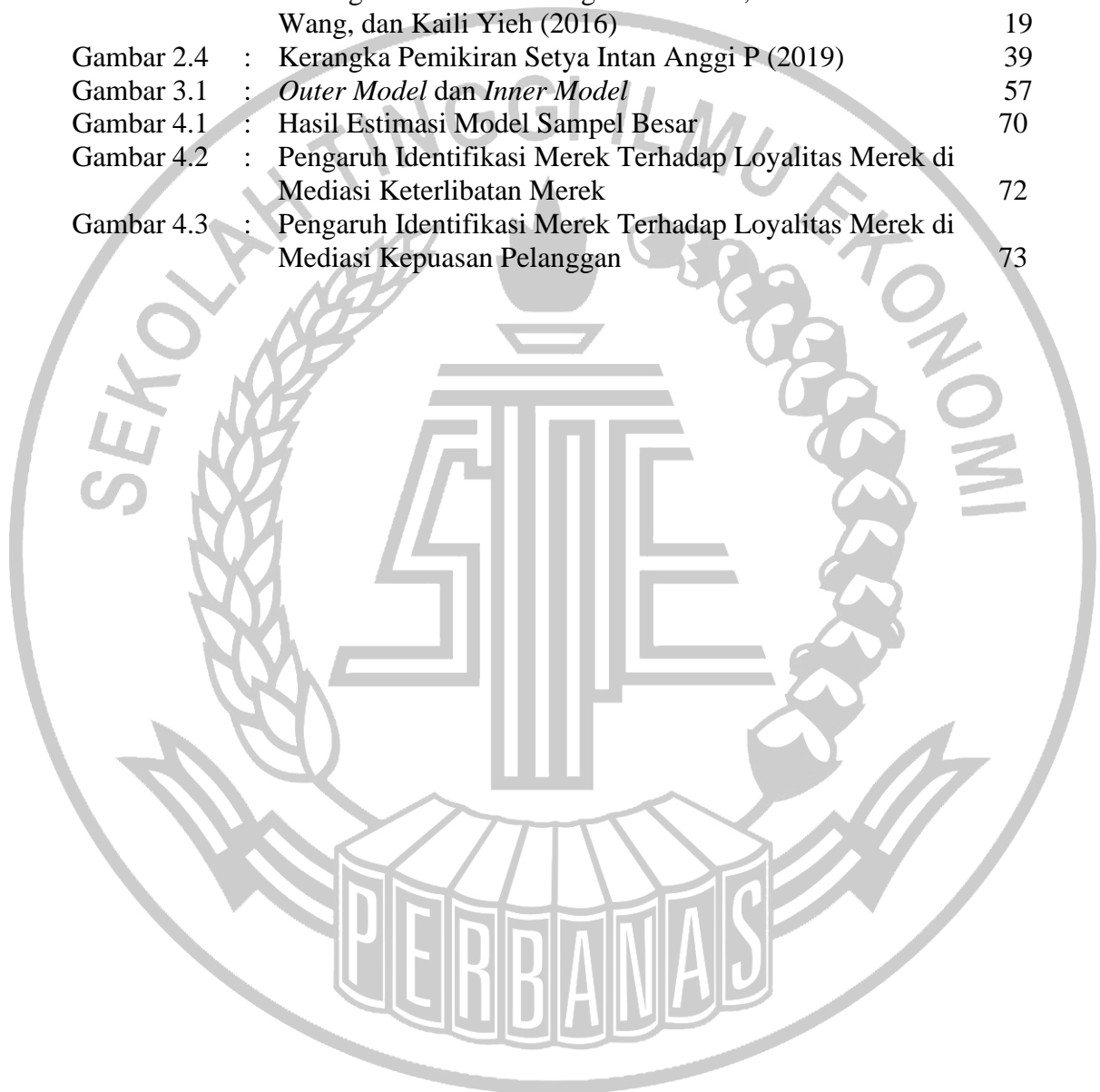


DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 : World Wide Smartphone Market, Top 5 Company Shipments, Market Share and Year-over-year Growth, Q1 2018	5
Tabel 1.2 : Top 5 Companies, World Wide Shipment, Market Share, and Year-over-year Growth, Q2 2018	6
Tabel 1.3 : Data Top Brand Index Kategori Smartphone Tahun 2017 Fase 1	7
Tabel 1.4 : Data Top Brand Index Kategori Smartphone Tahun 2018 Fase 1	7
Tabel 1.5 : Data Top Brand Index Kategori Smartphone Tahun 2019 Fase 1	8
Tabel 2.1 : Perbandingan Penelitian Terdahulu dan Sekarang	20
Tabel 3.1 : Kriteria Penilaian Indikator	45
Tabel 3.2 : Kisi-Kisi Penyesunan Rancangan Kuesioner	47
Tabel 4.1 : Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	59
Tabel 4.2 : Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	60
Tabel 4.3 : Kriteria Penilaian Indikator	61
Tabel 4.4 : Tanggapan Responden Terhadap Identifikasi Merek	61
Tabel 4.5 : Tanggapan Responden Terhadap Loyalitas Merek	62
Tabel 4.6 : Tanggapan Responden Terhadap Keterlibatan Merek	63
Tabel 4.7 : Tanggapan Responden Terhadap Kepuasan Pelanggan	63
Tabel 4.8 : Uji <i>Convergent Validity</i> Sampel Kecil	64
Tabel 4.9 : Uji <i>Convergent Validity</i> Sampel Besar	65
Tabel 4.10 : Uji <i>Average Variance Extracted</i> (AVE)	66
Tabel 4.11 : Koefisien <i>Cronbach's Alpha</i>	67
Tabel 4.12 : Uji Reliabilitas Pada Variabel Laten	68
Tabel 4.13 : Hasil <i>R-Squared</i> (R^2)	68
Tabel 4.14 : <i>Path Coefficient</i> dan <i>P-Values</i>	69

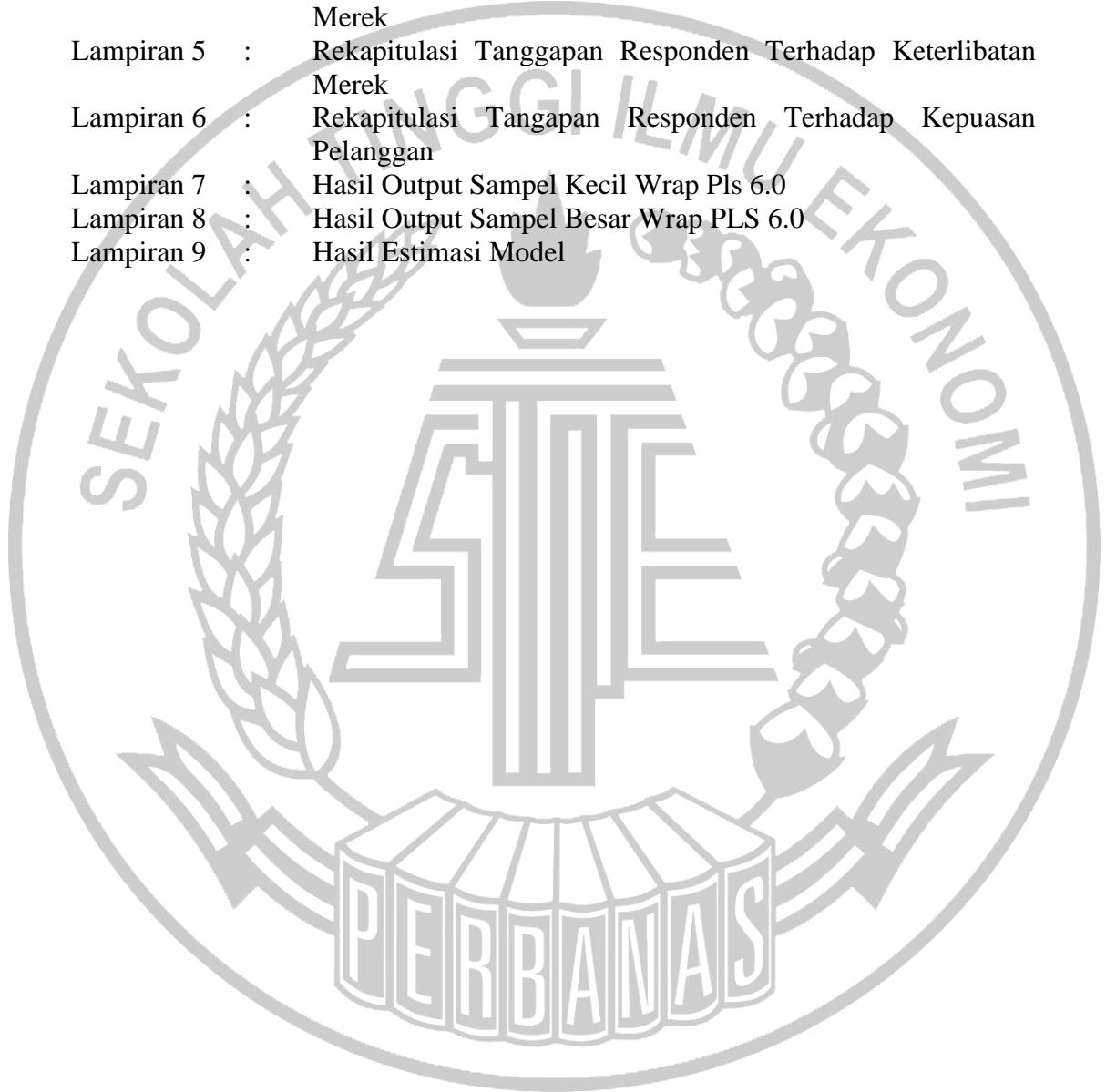
DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 : Kerangka Pemikiran Teresa Fernandes dan Mariana Moreira (2019)	16
Gambar 2.2 : Kerangka Pemikiran Bastian Popp dan Herbert Woratschek (2017)	18
Gambar 2.3 : Kerangka Pemikiran Ching-Hsuan Yieh, Yi-Shun Wang, dan Kaili Yieh (2016)	19
Gambar 2.4 : Kerangka Pemikiran Setya Intan Anggi P (2019)	39
Gambar 3.1 : <i>Outer Model</i> dan <i>Inner Model</i>	57
Gambar 4.1 : Hasil Estimasi Model Sampel Besar	70
Gambar 4.2 : Pengaruh Identifikasi Merek Terhadap Loyalitas Merek di Mediasi Keterlibatan Merek	72
Gambar 4.3 : Pengaruh Identifikasi Merek Terhadap Loyalitas Merek di Mediasi Kepuasan Pelanggan	73



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Kuesioner
- Lampiran 2 : Data Resonden
- Lampiran 3 : Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Identifikasi Merek
- Lampiran 4 : Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Loyalitas Merek
- Lampiran 5 : Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Keterlibatan Merek
- Lampiran 6 : Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Kepuasan Pelanggan
- Lampiran 7 : Hasil Output Sampel Kecil Wrap Pls 6.0
- Lampiran 8 : Hasil Output Sampel Besar Wrap PLS 6.0
- Lampiran 9 : Hasil Estimasi Model



**THE EFFECT OF BRAND IDENTIFICATION OF BRAND LOYALTY
THROUGH BRAND INVOLVEMENT AND CUSTOMER SATISFACTION
IN SAMSUNG SMARTPHONE USERS**

*Setya Intan Anggi Pratiwi
2016210161*

Email: 2016210161@students.perbanas.ac.id

ABSTRACT

The purpose of this study is to examine the effect of brand identification, brand loyalty, brand involvement, and customer satisfaction on Samsung smartphone users. The number of respondents from this study were 102 respondents with criteria aged 18 years to 50 years and domiciled in Surabaya and Sidoarjo. The technique for collecting data uses Partial Least Square Structural Equation Modeling (PLS-SEM) using the Wrap Pls 6.0 program. The results of this study explain that brand identification, brand loyalty, and customer satisfaction have a significant positive effect on Samsung smartphone users, while brand involvement has no significant positive effect on brand loyalty.

Keywords: brand identification, brand loyalty, brand involvement, customer satisfaction, Samsung smartphone users.

**PENGARUH IDENTIFIKASI MEREK TERHADAP LOYALITAS MEREK
MELALUI KETERLIBATAN MEREK DAN KEPUASAN PELANGGAN
PADA PENGGUNA *SMARTPHONE* SAMSUNG**

Setya Intan Anggi Pratiwi
2016210161

Email: 2016210161@students.perbanas.ac.id

A B S T R A K

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh identifikasi merek, loyalitas merek, keterlibatan merek, dan kepuasan pelanggan pada pengguna *smartphone* Samsung. Jumlah responden dari penelitian ini adalah 102 responden dengan kriteria berusia 18 tahun sampai 50 tahun dan berdomisili di Surabaya dan Sidoarjo. Teknik untuk pengumpulan data menggunakan *Partial Least Square Structural Equation Modelling* (PLS-SEM) dengan menggunakan program Wrap Pls 6.0. Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa identifikasi merek, loyalitas merek, dan kepuasan pelanggan memiliki signifikansi positif pada pengguna *smartphone* Samsung, sedangkan keterlibatan merek berpengaruh tidak signifikan positif terhadap loyalitas merek.

Kata kunci: identifikasi merek, loyalitas merek, keterlibatan merek, kepuasan pelanggan, pengguna *smartphone* Samsung.