

ABSTRAKSI

Nabilla Devana Adha, Nomor Mahasiswa 152160054, Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta, Judul Penelitian “Pengaruh Pengalaman Merek terhadap Kesetiaan Merek melalui Kepuasan Merek” (Studi pada Pelanggan Gerai Converse di Armada Town Square Mall Magelang), 2019. Dosen Pembimbing Susanta, dan Lukmono Hadi.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui Pengaruh Pengalaman Merek terhadap Kesetiaan Merek melalui Kepuasan Merek. Ukuran sampel pada penelitian ini 69 responden. Teknik sampling yang digunakan adalah *Non-Probability Sampling* dengan *Purposive Sampling* untuk populasi tak terhingga. Teknik analisis data menggunakan Analisis Data Deskriptif dan Analisis Statistik Inferensial yang menggunakan metode statistik *Structural Equation Modelling* (SEM) menggunakan SmartPLS 3.0.

Berdasarkan hasil analisis deskriptif yang telah dilakukan, pada variabel pengalaman merek mendapatkan skor rata-rata 3,60 dan mendapat nilai skor tertinggi 3,77 pada indikator Converse merangsang rasa penasaran responden dan rasa keingintahuan responden mengenai merek Converse, serta nilai skor terendah 3,39 pada indikator Converse merubah perilaku konsumen saat menggunakannya. Pada variabel kepuasan merek mendapatkan skor rata-rata 3,88 dengan nilai skor tertinggi 4,12 pada indikator Converse memiliki banyak variasi warna, serta mendapatkan skor terendah 3,75 pada indikator Converse lebih bagus dibandingkan dengan merek lain dalam kategori yang sama. Pada variabel kesetiaan merek mendapatkan skor rata-rata 3,57 dengan nilai skor tertinggi 3,81 pada indikator responden akan mengatakan hal-hal positif tentang merek Converse kepada orang lain, serta nilai skor terendah 3,41 pada indikator responden bersedia membayar harga lebih tinggi untuk dapat membeli produk dari Converse lagi.

Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa Pengalaman Merek berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Merek, Pengalaman Merek juga berpengaruh signifikan terhadap Kesetiaan Merek, Kepuasan Merek berpengaruh signifikan terhadap Kesetiaan Merek serta Pengalaman Merek berpengaruh signifikan terhadap Kesetiaan Merek melalui Kepuasan Merek. Berdasarkan hasil penelitian, Converse Armada Town Square Mall Magelang harus dapat menciptakan dan meningkatkan pengalaman yang positif terhadap merek Converse sehingga diharapkan adanya kepuasan dibenak konsumen yang disebabkan oleh adanya persamaan antara kinerja yang dihasilkan dari merek Converse dengan ekspektasi konsumen mengenai merek Converse. Adanya pengalaman merek yang positif dan kepuasan dibenak konsumen kemudian akan memicu lahirnya sebuah Kesetiaan Merek.

Kata Kunci : Pengalaman Merek, Kepuasan Merek, Kesetiaan Merek.