

**ANALISIS PENGARUH CUSTOMER EXPERIENCE DAN PERCEIVED  
QUALITY TERHADAP BRAND TRUST GUNA MENINGKATKAN  
CUSTOMER LOYALTY PADA PRODUK TUPPERWARE  
(Studi kasus pengguna Tupperware pada orang tua Murid SDN Sukabumi  
Utara 03 Pagi)**

**SKRIPSI**

**Nama : Rizky Riyanti**

**Nim : 43109010025**



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
JAKARTA  
2013**

**ANALISIS PENGARUH CUSTOMER EXPERIENCE DAN PERCEIVED  
QUALITY TERHADAP BRAND TRUST GUNA MENINGKATKAN  
CUSTOMER LOYALTY PADA PRODUK TUPPERWARE  
(Studi kasus pengguna Tupperware pada orang tua Murid SDN Sukabumi**

**Utara 03 Pagi)**

**SKRIPSI**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar  
SARJANA EKONOMI  
Program Studi Manajemen - Strata 1**

**Nama : Rizky Riyanti**

**Nim : 43109010025**



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS MERCU BUANA**

**JAKARTA**

**2013**

## SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

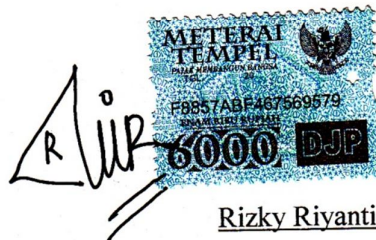
Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Rizky Riyanti  
NIM : 43109010025  
Program Studi : Manajemen – Strata 1

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya sendiri. Apabila saya mengutip dari karya orang lain, maka saya mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia mendapatkan sanksi pembatalan skripsi ini apabila saya terbukti melakukan tindakan plagiat (penjiplakan).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 28 Juli 2013




Rizky Riyanti

43109010025

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Rizky Riyanti  
NIM : 43109010025  
Program Studi : Manajemen – Strata 1  
Judul Skripsi : Analisis Pengaruh *Customer Experience* dan *Perceived Quality* Terhadap *Brand Trust* Guna Meningkatkan *Customer Loyalty* Pada Produk Tupperware  
Tanggal Lulus Ujian : 22 Agustus 2013

Disahkan oleh :  
Pembimbing Skripsi

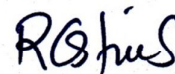
  
Tafiprios, SE, MM

Dekan

Ketua Program Studi Manajemen - S1



Dr. Wiwik Utami, Ak, Msi



Dr. Rina Astini, SE, MM

## LEMBAR PENGESAHAN DEWAN PENGUJI

Skripsi  
ANALISIS PENGARUH CUSTOMER EXPERIENCE DAN PERCEIVED  
QUALITY TERHADAP BRAND TRUST GUNA MENINGKATKAN  
CUSTOMER LOYALTY PADA PRODUK TUPPERWARE  
(Studi kasus pengguna Tupperware pada Orang Tua Murid SDN Sukabumi Utara  
03 Pagi)

Dipersiapkan dan Disusun oleh :

**Rizky Riyanti**  
NIM : 43109010025

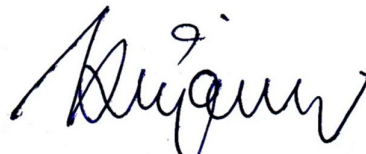
Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji pada tanggal **22 Agustus 2013**

**Susunan Dewan Penguji**  
**Ketua Penguji / Pembimbing Skripsi**



Tafiprios, SE, MM

**Anggota Dewan Penguji**



Priyono, SE, MM

**Anggota Dewan Penguji**



Yuhartil, SE, ME

## KATA PENGANTAR

Segala puji syukur yang tak terhingga penulis panjatkan Allah SWT, yang telah memberikan Rahmat dan Karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul : **“Analisis Pengaruh *Customer Experience* dan *Perceived Quality* Terhadap *Brand Trust* Guna Meningkatkan *Customer Loyalty* Pada Produk Tupperware (Studi kasus pengguna Tupperware pada orang tua Murid SDN Sukabumi Utara 03 Pagi)”**. Skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Penulis banyak mengalami kesulitan yang disebabkan keterbatasan pengetahuan serta kemampuan penulis, akan tetapi karena bantuan serta bimbingan dari berbagai pihak maka kesulitan tersebut dapat diatasi. Oleh karena itu penulis menyampaikan terima kasih dan penghargaan setinggi-tingginya kepada :

1. **Bapak Dr. Ir. Arisetyanto Nugroho., MM.,** selaku Rektor Universitas Mercu Buana yang telah memberikan bimbingan dan ilmunya sebagai dosen di beberapa mata kuliah, dan memberikan saya banyak kesempatan untuk menambah pengetahuan baik didalam maupun luar kampus.
2. **Ibu Dr. Wiwik Utami., Ak., M.Si.,** selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
3. **Ibu Dr.Rina Astini.,SE.,MM** selaku ketua Program Studi Manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

4. **Bapak Tafiprios.,SE.,MM** selaku dosen pembimbing skripsi, yang dengan penuh kesabaran memberikan bimbingan, arahan, dukungan semangat, dan kemudahan selama penyusunan skripsi, serta nasehat-nasehat yang berguna hingga akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
5. **Bapak Yuhasril**, selaku dosen pembimbing akademik yang telah membantu dalam memberikan arahan pada setiap semester.
6. **Bapak Endi Rekarti., SE., ME.**, selaku dosen yang telah meluangkan waktu dan memberikan arahan pada saat penyusunan judul skripsi.
7. Bapak dan Ibu dosen Universitas Mercu Buana : **Bapak Endi Rekarti, Bapak Islahulben Masaid, Bapak Priyono, Bapak Yuhasril, Bapak Zulfitri, Bapak Sasongko, Bapak Rizki, Bapak Suharmadi, Bapak Tri Wahyono, Bapak Amiyardi, Bapak Rasyid, Bapak Cecep, Ibu Mahfiz, Ibu Yuli Harwani, Ibu Lianah, Ibu Mutiah, Ibu Anik.** Terima kasih atas ilmu yang telah diberikan serta pengalaman yang tak ternilai harganya selama penulis menempuh studi hingga akhir.
8. **Mama (Heni Ali) dan Yayah (Asmawi, SE)** yang selalu mendoakan, menasihati, memberikan semangat untuk menjadi anak yang berguna, bermanfaat dan bisa dibanggakan. Yang selalu menjadi motivasi bagi penulis untuk menyelesaikan pendidikan agar bisa menjadi orang yang diharapkan dikemudian hari. Terima kasih telah memberikan kepercayaan penuh untuk menempuh pendidikan sampai saat ini. Doakan selalu anakmu ini agar bisa membahagiakanmu.

9. Ketiga saudaraku yaitu Abang (**Ryan Fikriyansyah S.Kom**) dan kedua adikku (**Ade Mediana dan Iis Salihatin**), beserta keluarga besar yang telah memberikan dukungan serta pengalaman.
10. **Kak Tatik** yang telah meluangkan waktu dan berbagi ilmu dalam membantu penulis menyelesaikan skripsi. Terima kasih telah memberikan pengetahuan yang sangat berharga untuk penulis.
11. **Zuliandri Sutrisno S.Kom** yang telah memberi motivasi baik dalam materi maupun non materi, perhatian serta bantuan dalam pengerjaan skripsi ini, terima kasih atas semangatnya serta selalu menemani dalam suka maupun duka.
12. JB'S GROUP : **Erni Zaiyanti, Garnis Paramitha, Vivi Andikawati, Pujiyanti, Indah Amalia Khumairoh, Tita Yulianita, Alif Wiyono, Bayu Widiyanto, Muhammad Nurrohim** yang telah memberikan dukungan serta mengisi hari-hari di dalam kelas saat belajar.
13. Teman-teman sekelas **Winda Yulia Iestari, Siti Adminah, Roudatul Aslamiah, Ira Yunita, Fenny Nurdin, Indah Apriliyana, Inggi Wisenda, Nira Warna, Sari Agustina, Lusy, Fitri Erfani, Robiatul Adawiyah** serta **Winda Harlina, Abdullah Syafii, dan Zulfikar** yang telah bersama-sama mengerjakan skripsi hingga selesai.
14. Semua responden yang telah mengisi kuesioner dalam penelitian ini dan pihak-pihak lain yang namanya tidak dapat disebutkan, terima kasih atas bantuannya selama ini.



Semoga amal dan kebaikan serta bantuan yang telah diberikan kepada penulis mendapatkan balasan dari Allah SWT. Semoga skripsi ini menjadi sebuah karya yang dapat berguna bagi kita semua, walaupun penulis sadar skripsi ini masih terdapat kekurangan yang mungkin bisa ditingkatkan mendekati kesempurnaan ilmu pengetahuan dimasa yang akan datang. Amin

Jakarta, 28 Juli 2013

Penulis

(Rizky Riyanti)



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## DAFTAR ISI

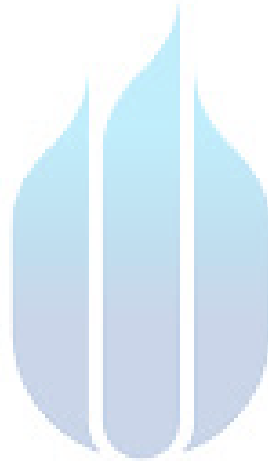
HALAMAN SAMPUL .....	i
HALAMAN JUDUL .....	ii
HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI .....	iii
HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING SKRIPSI .....	iv
HALAMAN PENGESAHAN DEWAN PENGUJI .....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
DAFTAR ISI .....	x
DAFTAR TABEL .....	xv
DAFTAR GAMBAR .....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN .....	xvii
ABSTRAK .....	xviii
ABSTRACT .....	xix
BAB 1 PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	5
1.3 Batasan Masalah .....	6
1.4 Tujuan Penelitian .....	6
1.5 Manfaat Penelitian .....	7
BAB II LANDASAN TEORI .....	8
2.1 Pengertian Manajemen Pemasaran .....	8
2.2 Customer Experience .....	9
2.2.1 Pengertian Customer Experience .....	9

2.2.2 Dimensi Customer Experience .....	10
2.3 Perceived Quality .....	13
2.3.1 Pengertian Kualitas Produk .....	14
2.3.2 Dimensi Perceived Quality .....	14
2.4 Merek .....	15
2.4.1 Pengertian Merek .....	15
2.4.2 Peran Merek .....	15
2.4.3 Ruang Lingkup Penetapan Merek (Branding) .....	16
2.4.4 Elemen Merek dan Kinerja Merek .....	16
2.4.5 Tingkatan Merek .....	18
2.5 Brand Trust .....	18
2.6 Customer Loyalty .....	21
2.6.1 Pengertian Customer Loyalty .....	21
2.6.2 Dimensi Customer Loyalty .....	23
2.6.3 Tingkatan Customer Loyalty .....	24
2.7 Penelitian Terdahulu .....	26
2.8 Kerangka Penelitian .....	27
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>28</b>
3.1 Obyek Penelitian.....	28
3.1.1 Lokasi Penelitian .....	28
3.1.2 Profil Penelitian .....	28
3.1.3 Visi dan Misi Perusahaan .....	30
3.1.4 Prestasi dan Penghargaan .....	30

3.1.5 Penjelasan Mengenai Produk .....	31
3.2 Desain Penelitian .....	33
3.3 Hipotesis .....	33
3.4 Variabel dan Skala Pengukuran .....	34
3.4.1 Variabel .....	34
3.4.2 Skala Pengukuran .....	35
3.5 Operasional Variabel .....	36
3.6 Metode Pengumpulan Data .....	38
3.7 Jenis Data .....	39
3.8 Populasi dan Sampel .....	39
3.8.1 Populasi .....	39
3.8.2 Sampel .....	40
3.9 Teknik Analisis Data .....	41
<b>BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>55</b>
4.1 Karakteristik Responden .....	56
4.1.1 Responden Menurut Jenis Kelamin .....	56
4.1.2 Responden Menurut Umur .....	56
4.1.3 Responden Menurut Jenis Pekerjaan .....	57
4.1.4 Responden Menurut Frekuensi Pembelian .....	58
4.2 Statistik Deskriptif .....	58
4.2.1 Variabel Customer Experience .....	59
4.2.2 Variabel Perceived Quality .....	60
4.2.3 Variabel Brand Trust .....	60

4.2.4 Variabel Customer Loyalty .....	61
4.3 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas .....	62
4.3.1 Uji Validitas dengan CFA .....	62
4.3.2 Uji Reliabilitas .....	69
4.3.3 Membentuk Diagram Jalur .....	70
4.4 Pengujian Hipotesis .....	72
4.5 Analisis Hipotesis .....	73
4.5.1 Hipotesis 1 .....	73
4.5.2 Hipotesis 2 .....	73
4.5.3 Hipotesis 3 .....	74
4.5.4 Hipotesis 4 .....	74
4.5.5 Hipotesis 5 .....	74
BAB V Simpulan dan Saran .....	76
5.1 Kesimpulan .....	76
5.2 Saran .....	77
DAFTAR PUSTAKA .....	79
LAMPIRAN .....	81
Lampiran 1 : Kuesioner .....	81
Lampiran 2 : Hasil Kuesioner Data Responden .....	86
Lampiran 3 : Hasil Kuesioner Variabel <i>Customer Experience</i> .....	91
Lampiran 4 : Hasil Kuesioner Variabel <i>Perceived Quality</i> .....	96
Lampiran 5 : Hasil Kuesioner Variabel <i>Brand Trust</i> .....	101
Lampiran 6 : Hasil Kuesioner Variabel <i>Customer Loyalty</i> .....	106

Lampiran 7 : Hasil Uji Validitas Dengan CFA .....	111
Lampiran 8 : Hasil Uji Reliabilitas .....	116
Lampiran 9 : Model Fit .....	118
Lampiran 10 : Hasil Model Fit .....	119
Lampiran 11 : Model Fit Summary .....	123



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

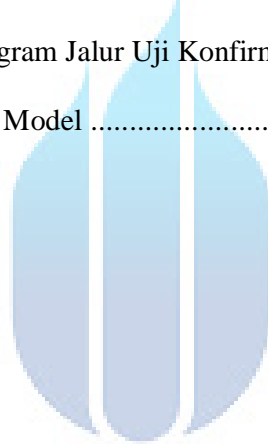
## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Skala Interval .....	35
Tabel 3.2	Operasional Variabel Customer Experience .....	36
Tabel 3.3	Operasional Variabel Perceived Quality .....	36
Tabel 3.4	Operasional Variabel Brand Trust .....	37
Tabel 3.5	Operasional Variabel Customer Loyalty .....	37
Tabel 3.6	Populasi Penelitian .....	39
Tabel 3.7	Indeks Kelayakan Model .....	52
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	56
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Umur .....	57
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan .....	57
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian .....	58
Tabel 4.5	Indikator Customer Experience .....	59
Tabel 4.6	Indikator Perceived Quality .....	60
Tabel 4.7	Indikator Brand Trust .....	61
Tabel 4.8	Indikator Customer Loyalty .....	61
Tabel 4.9	Standardized Weights Variabel Eksogen .....	63
Tabel 4.10	Modifikasi Standardized Weights Variabel Eksogen .....	65
Tabel 4.11	Standardized Weights Variabel Endogen .....	67
Tabel 4.12	Modifikasi Standardized Weights Variabel Endogen .....	68
Tabel 4.13	Reliabilitas .....	69
Tabel 4.14	Pengukuran Tingkat Kesesuaian (GOF model) .....	71

Tabel 4.15 Rangkuman Hasil Analisa Hipotesis Dengan Metode SEM ..... 72

### DAFTAR GAMBAR

2.1	Kerangka Penelitian .....	27
3.1	Diagram Model Penelitian .....	47
4.1	Diagram Jalur Uji Konfirmatori Eksogen .....	63
4.2	Modifikasi Diagram Jalur Uji Konfirmatori Eksogen .....	65
4.3	Diagram Jalur Uji Konfirmatori Endogen .....	66
4.4	Modifikasi Diagram Jalur Uji Konfirmatori Endogen .....	68
4.5	Uji Kesesuaian Model .....	70



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuesioner .....	81
Lampiran 2 : Hasil Kuesioner Data Responden .....	86
Lampiran 3 : Hasil Kuesioner Variabel <i>Customer Experience</i> .....	91
Lampiran 4 : Hasil Kuesioner Variabel <i>Perceived Quality</i> .....	96
Lampiran 5 : Hasil Kuesioner Variabel <i>Brand Trust</i> .....	101
Lampiran 6 : Hasil Kuesioner Variabel <i>Customer Loyalty</i> .....	106
Lampiran 7 : Hasil Uji Validitas Dengan CFA .....	111
Lampiran 8 : Hasil Uji Reliabilitas .....	116
Lampiran 9 : Model Fit .....	118
Lampiran 10 : Hasil Model Fit .....	119
Lampiran 11 : Model Fit Summary .....	123