

ABSTRAK

PUSPITA PURNAWENI. *Pengaruh Pengalaman Merek Terhadap Kepribadian Merek, Kepuasan Pelanggan, dan Kesetiaan Pelanggan-Studi Kasus Pada Outlet 7-Eleven Di Jl. Tanjung Duren Raya, Jakarta* (dibimbing oleh Ir. Rojuaniah MM.).

Studi ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pengalaman merek terhadap kepribadian merek, kepuasan pelanggan, dan kesetiaan pelanggan dengan melakukan penelitian pada populasi pengunjung outlet 7-Eleven di Jl. Tanjung Duren Raya, Jakarta. Sampel penelitian ini sebanyak 135 responden yang diperoleh dari metode *non-probability sampling* dan teknik penarikan sampel *purposive* atau *judgemental sampling*. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah melakukan observasi ke tempat penelitian, interview dengan narasumber, dan penyebaran kuesioner ke responden.

Metode penelitian yang digunakan adalah pengujian hipotesis pada variabel yang diteliti. Metode yang digunakan dalam menganalisis data yaitu analisis SEM (*Structural Equation Modeling*). Hasil penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan positif antara pengalaman merek terhadap kepribadian merek, kepuasan pelanggan, dan kesetiaan pelanggan. Selain itu penelitian ini juga menunjukkan hasil positif signifikan untuk pengaruh langsung antara variabel yang diteliti kecuali hipotesis pengaruh kepribadian merek terhadap kepuasan pelanggan yang tidak terbukti.

ABSTRACT

PUSPITA PURNAWENI. *The Influence of Brand Experience Towards Brand Personality, Customer Satisfaction, and Customer Loyalty-Study case in 7-Eleven Outlet at Tanjung Duren Raya, Jakarta* (under supervision of Ir. Rojuaniah MM).

This study purpose to know the influence of brand experience towards brand personality, customer satisfaction, and customer loyalty by research population is customer as visitors 7-Eleven outlet at Tanjung Duren Raya street, Jakarta. Sampel research is 135 respondent which acquire using non-probability sampling method and purposive or judgemental sampling. Data research collected from the result of observation on object research, interview, and questioner.

Research method is using testing hypotheses to test the influence between variabel researched. Analyze data method using SEM (Structural Equation Modeling) analysis. Result this research is show any significantly positive influence between brand experience towards brand personality, customer satisfaction, and customer loyalty. In addition, this study also showed a significant positive results for the direct influence of the studied variables except the hypothesis of the influence of brand personality on customer satisfaction is not proven.