

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas segala kelimpahan rahmat, nikmat serta karunia yang telah diberikan sehingga penulis telah diberi kesempatan untuk dapat menyelesaikan Tugas Akhir yang berjudul “Pengaruh Sensory Branding Terhadap Loyalitas Pelanggan” dimaksudkan sebagai salah satu upaya untuk memenuhi syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Manajemen Bisnis pada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Telkom

Selanjutnya dengan segala kerendahan hati penulis menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh pihak yang telah membantu baik secara moril maupun materil dari awal hingga akhir penulisan tugas akhir ini. Oleh karena itu, secara khusus pada kesempatan yang baik ini penulis memberikan penghargaan setinggi-tingginya kepada:

1. Ibu Indira Rachmawati, ST., MSM, selaku Dosen Wali dan Dosen Pembimbing, atas segala kesabarannya dalam meluangkan waktu guna membimbing, memberikan dorongan, arahan, dan saran berbagai ilmu dan nasehat hingga skripsi ini terselesaikan dengan baik.
2. Ibu Andrieta Shintia Dewi, S.Pd., MM dan Bapak Osa Omar Sharif, S.Si., MSM selaku dosen penguji sidang terima kasih atas arahan, saran sehingga skripsi ini bisa menjadi lebih baik
3. Bapak Dodie Tricahyono, Ir., MM dan Ibu Damayanti Octavia, SE., MM selaku dosen penguji seminar
4. Seluruh Dosen, petugas perpustakaan, petugas sekre dan seluruh staf di Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Telkom yang telah mendidik, memberi ilmu, dan membantu penulis selama menuntut ilmu di Universitas Telkom.
5. Orang tua, keluarga besar H. Tedi Sukamana Harun Dr., Drs., MSI yang selalu membantu baik secara moril maupun materil
6. Untuk kakak-kakak penulis terima kasih atas doa dan dukungannya.
7. Alvian Tri Marta Wiguna yang selalu memberi dukungan dalam penyelesaian Skripsi ini
8. Sahabat sahabat penulis dan seluruh teman-teman yang selalu menemani dan member dukungannya.
9. Seluruh pihak yang ikut berjasa dalam penulisan skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, atas segala kebaikan, bantuan, dan dukungannya.

Skripsi ini adalah karya terbaik yang mampu penulis buat dan berikan setelah mengikuti pendidikan S1 di Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Telkom. Besar harapan penulis, kekurangan dalam skripsi ini dapat diperbaiki dengan kritik dan saran dari seluruh pembaca. Semoga skripsi ini member manfaat bagi penulis dan seluruh pihak dan semoga Allah SWT selalu memberikan nikmatnya kepada setiap hamba-Nya yang senantiasa beramal dengan tulus dan ikhlas. Amin.

penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN.....	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
ABSTRAK.....	iv
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.2 Latar Belakang Penelitian	3
1.3 Perumusan Masalah	8
1.4 Tujuan Penelitian	8
1.5 Kegunaan Penelitian	8
1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA & LINGKUP PENELITIAN	10
2.1 Tinjauan Pustaka Penelitian	10
2.1.1 Pemasaran	10
2.1.2 BauranPemasaran.....	10
2.1.3 Pemberian Merek (<i>Branding</i>)	12
2.1.4 <i>Sensory Branding</i>	12
2.1.5 Loyalitas Pelanggan.....	17
2.1.6 Kaitan antara <i>Sensory Branding</i> dengan Loyalitas pelanggan.....	18
2.2 PenelitianTerdahulu	19
2.2.1 SkripsiTerdahulu.....	20
2.2.2 Literature Review Jurnal.....	23
2.3 Kerangka Pemikiran.....	28
2.4 Hipotesis Penelitian	31
2.5 Ruang Lingkup Penelitian.....	31
BAB III METODE PENELITIAN	32
3.1 Jenis Penelitian.....	32
3.2.1 Operasional Variabel.....	32
3.2.2 Skala Pengukuran	34

3.3 Tahapan Penelitian.....	35
3.4 Populasi dan Sampel.....	36
3.4.1 Populasi	36
3.4.2 Sampel.....	36
3.5 Pengumpulan Data.....	37
3.5.1 Data Primer	37
3.5.2 Data Sekunder.....	37
3.6 Uji Validitas dan Reliabilitas	38
3.6.1 Uji Validitas	38
3.6.2 Uji Reliabilitas	40
3.7 Teknik Analisis Data	41
3.7.1 Analisis Deskriptif	41
3.7.2 Method of Successive Interval (MSI).....	42
3.7.3 Analisis Jalur.....	43
3.8 Pengujian Hipotesis	46
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	48
4.1 Karakteristik Responden.....	48
4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	48
4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	49
4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	49
4.1.4 Karakteristik Responden Berdasrkan Pendapatan atau Uang Saku	50
4.2 Tanggapan Responden Mengenai <i>Sensory Branding</i>	50
4.2.1 Tanggapan Responden terhadap <i>Sight</i>	51
4.2.2 Tanggapan Responden terhadap <i>Sound</i>	53
4.2.3 Tanggapan Responden terhadap <i>Taste</i>	54
4.2.4 Tanggapan Responden terhadap <i>Smell</i>	56
4.3 Loyalitas Pelanggan Indomie	59
4.4 Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>).....	63
4.4.1 Analisis Kolerasi	63
4.4.2 Pengujian Hipotesis Secara Simultan.....	65
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	74
5.1 Kesimpulan.....	74
5.2 Saran	75
5.2.1 Saran bagi Perusahaan Indomie	75
5.2.2 Saran bagi Penelitian Selanjutnya.....	76
DAFTAR PUSTAKA.....	77

LAMPIRAN 1 (Kuesioner)	79
LAMPIRAN 2 (Hasil Kuesioner 400 Responden)	81
LAMPIRAN 3 (Uji Validitas dan Reliabilitas)	90
LAMPIRAN 5 (Output SPSS).....	93