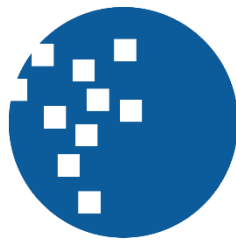


ANALISIS PENGARUH *BRAND IMAGE*, *PERCEIVED QUALITY*, *BRAND EXPERIENCE* TERHADAP *CUSTOMER SATISFACTION* DAN *BRAND LOYALTY* PADA PRODUK PLASTIK KONTAINER MAKANAN MEREK TUPPERWARE.



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Manajemen

WILLIAM PHANG

00000042937

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2024**

ANALISIS PENGARUH *BRAND IMAGE*, *PERCEIVED QUALITY*, *BRAND EXPERIENCE* TERHADAP *CUSTOMER SATISFACTION* DAN *BRAND LOYALTY* PADA PRODUK PLASTIK KONTAINER MAKANAN MEREK TUPPERWARE.



SKRIPSI

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Manajemen

WILLIAM PHANG

0000042937

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2024

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : William Phang

NIM : 00000042937

Program studi : Manajemen

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi saya yang berjudul:

Analisis Pengaruh Brand Image, Perceived Quality, Brand Experience Terhadap Customer Satisfaction dan Brand Loyalty pada Produk Plastik Kontainer Makanan Merek Tupperware

merupakan hasil karya saya sendiri, bukan merupakan hasil plagiat, dan tidak pula dituliskan oleh orang lain; Semua sumber, baik yang dikutip maupun dirujuk, telah saya cantumkan dan nyatakan dengan benar pada bagian Daftar Pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti ditemukan kecurangan/penyimpangan, baik dalam pelaksanaan skripsi maupun dalam penulisan laporan karya ilmiah, saya bersedia menerima konsekuensi untuk dinyatakan TIDAK LULUS. Saya juga bersedia menanggung segala konsekuensi hukum yang berkaitan dengan tindak plagiarisme ini sebagai kesalahan saya pribadi dan bukan tanggung jawab Universitas Multimedia Nusantara.

Tangerang, 11 Mei 2024



William Phang

HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi dengan judul

Analisis Pengaruh Brand Image, Perceived Quality, Brand Experience terhadap Customer Satisfaction dan Brand Loyalty pada Produk Plastik Kontainer Makanan Merek Tupperware

Oleh

Nama : William Phang
NIM : 0000042937
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Bisnis

Telah disetujui untuk diajukan pada
Sidang Ujian Skripsi Universitas Multimedia Nusantara

Tangerang, 11 Mei 2024

Pembimbing



Boby Arinto, S.E., M.M.

0323057005

Ketua Program Studi Manajemen



Purnamaningsih, S.E., M.S.M

0323047801

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul
ANALISIS PENGARUH *BRAND IMAGE*, *PERCEIVED QUALITY*,
BRAND EXPERIENCE TERHADAP *CUSTOMER SATISFACTION*
DAN *BRAND LOYALTY* PADA PRODUK PLASTIK KONTAINER
MAKANAN MEREK TUPPERWARE.

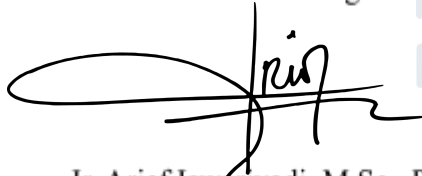
Oleh

Nama : William Phang
NIM : 0000042937
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Bisnis

Telah diujikan pada hari Jumat, 24 Mei 2024
Pukul 15.30 s.d 17.00 dan dinyatakan
LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang



Ir. Arief Iswariyadi, M.Sc., Ph.D.
0316026404

Penguji



Dr. Rajesh Prettypal Singh, S.S., M.M
0430107605

Pembimbing



Boby Arinto, S.E., M.M.
0323057005

Ketua Program Studi Manajemen



Purnamaningsih, S.E., M.S.M
0323047801

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH MAHASISWA

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : William Phang
NIM : 00000042937
Program Studi : Manajemen
Jenjang : S1
Judul Karya Ilmiah : Analisis Pengaruh *Brand Image*, *Perceived Quality*, *Brand Experience* terhadap *Customer Satisfaction* dan *Brand Loyalty* pada Produk Plastik Kontainer Makanan Merek Tupperware

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa saya bersedia memberikan izin sepenuhnya kepada Universitas Multimedia Nusantara untuk mempublikasikan hasil karya ilmiah saya di repository Knowledge Center, sehingga dapat diakses oleh Civitas Akademika/Publik. Saya menyatakan bahwa karya ilmiah yang saya buat tidak mengandung data yang bersifat konfidensial dan saya juga tidak akan mencabut kembali izin yang telah saya berikan dengan alasan apapun.

Tangerang, 11 Mei 2024



(William Phang)

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

** Jika tidak bisa membuktikan LoA jurnal/HKI selama 6 bulan kedepan, saya bersedia mengizinkan penuh karya ilmiah saya untuk diunggah ke KC UMN dan menjadi hak institusi UMN.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan rahmatnya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan laporan penelitian skripsi dengan baik dan tepat waktu yang berjudul “Analisis Pengaruh *Brand Image*, *Perceived Quality*, *Brand Experience* Terhadap *Customer Satisfaction* dan *Brand Loyalty* pada Produk Plastik Kontainer Makanan Merek Tupperware”. Dengan penelitian skripsi ini menjadi salah satu syarat yang harus dipenuhi dalam meraih jenjang Pendidikan Strata 1 (S1) pada program studi manajemen fakultas bisnis di Universitas Multimedia Nusantara. Harapannya melalui penelitian skripsi ini dapat menjadi sebuah pedoman bagi peneliti yang lain dalam mendapatkan wawasan dan informasi ketika ingin melakukan penelitian yang sejenis.

Dengan segala perjuangan dan kerja keras, peneliti menyadari bahwa tanpa bimbingan dan motivasi dari berbagai pihak akan sulit bagi peneliti untuk menyelesaikan laporan penelitian skripsi ini. Dengan begitu, peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang terlibat dalam membantu penyusunan laporan skripsi ini, yaitu:

Mengucapkan terima kasih

1. Dr. Ninok Leksono, M.A., selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Dr. Florentina Kurniasari T., S.Sos., M.B.A., selaku Dekan Fakultas Universitas Multimedia Nusantara.
3. Ibu Purnamaningsih, S.E., M.S.M, C.B.O, selaku Ketua Program Studi Universitas Multimedia Nusantara.
4. Bapak Bobby Arinto, S.E., M.M., sebagai Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya tugas akhir ini.
5. Keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.

6. Teman-teman saya, yaitu Madeline, Louis, Marvin, Hansen dan Teman-teman lainnya yang turut memberikan dukungan serta motivasi dalam menjalankan proses penyusunan skripsi hingga selesai.

Semoga laporan penelitian yang berupa skripsi ini dapat menjadi manfaat dalam memberikan informasi dan wawasan terhadap para pembaca yang membutuhkan, meskipun penelitian ini masih banyak kekurangan dan belum sempurna.

Tangerang, 11 Mei 2024



William Phang

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

ANALISIS PENGARUH *BRAND IMAGE*, *PERCEIVED QUALITY*, *BRAND EXPERIENCE* TERHADAP *CUSTOMER SATISFACTION* DAN *BRAND LOYALTY* PADA PRODUK PLASTIK KONTAINER MAKANAN MEREK TUPPERWARE.

William Phang

ABSTRAK

Saat ini persaingan bisnis dalam industri konsumsi rumah tangga terus berkembang pesat dan meningkat seiring berjalannya waktu. Salah satu merek yang terkena dampaknya adalah Tupperware. Berdasarkan data Top Brand Awards pada produk plastik kontainer makanan, merek Tupperware terus mengalami penurunan penjualan setiap tahunnya dari tahun 2020 sampai 2023, yang pada mulanya Tupperware selalu menduduki posisi pertama sebagai merek terlaris namun kini turun ke posisi kedua, yang diduga penyebabnya adalah citra merek, persepsi kualitas dan pengalaman merek. Oleh sebab itu, tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *brand image*, *perceived quality*, *brand experience* terhadap *brand loyalty* yang dimediasi oleh *customer satisfaction*. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif yang menggunakan teknik *non-probability sampling*, yang dimana peneliti memperoleh data responden dengan menyebarkan google form kepada 176 responden serta responden yang memiliki kriteria yang pernah menggunakan produk wadah penyimpanan makanan bermerek Tupperware. *Software* yang digunakan dalam menganalisis data penelitian adalah SPSS versi 25 dan Smart PLS versi 4. Hasil penelitian ini yang dilakukan menunjukkan bahwa *brand image* berpengaruh positif terhadap *customer satisfaction*, *perceived quality* berpengaruh positif terhadap *customer satisfaction*, *brand experience* berpengaruh positif terhadap *customer satisfaction* merek Tupperware, dan *customer satisfaction* pengaruh positif *brand loyalty*, sehingga peneliti memberikan beberapa upaya dalam membantu mengatasi permasalahan yang dialami oleh merek Tupperware.

Kata kunci: *Brand Image*, *Perceived Quality*, *Brand Experience*, *Customer Satisfaction*, *Brand Loyalty*

***ANALYSIS OF THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE,
PERCEIVED QUALITY, BRAND EXPERIENCE ON CUSTOMER
SATISFACTION AND BRAND LOYALTY IN TUPPERWARE
BRAND PLASTIC FOOD CONTAINER PRODUCTS***

William Phang

ABSTRACT (English)

Currently, business competition in the household consumption industry continues to grow rapidly and increases over time. One brand affected is Tupperware. Based on Top Brand Awards data on plastic food container products, the Tupperware brand continues to experience a decline in sales every year from 2020 to 2023, initially Tupperware always occupied first position as the best-selling brand but has now fallen to second position, which is thought to be the cause of the brand image, perceived quality and brand experience. Therefore, the aim of this research is to determine the influence of brand image, perceived quality, brand experience on brand loyalty which is mediated by customer satisfaction. This research uses a quantitative method using non-probability sampling techniques, where researchers obtained respondent data by distributing a Google form to 176 respondents and respondents who had the criteria of having used Tupperware branded food storage container products. The software used to analyze research data is SPSS version 25 and Smart PLS version 4. The results of this research conducted show that brand image has a positive effect on customer satisfaction, perceived quality has a positive effect on customer satisfaction, brand experience has a positive effect on customer satisfaction with the Tupperware brand, and customer satisfaction has a positive influence on brand loyalty, so researchers have made several efforts to help overcome the problems experienced by the Tupperware brand.

Keywords: *Brand Image, Perceived Quality, Brand Experience, Customer Satisfaction, Brand Loyalty.*

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH MAHASISWA	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	viii
ABSTRACT (English)	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I	
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Rumusan Masalah dan Pertanyaan Penelitian.....	21
1.3 Tujuan Penelitian.....	23
1.4 Manfaat Penelitian Penelitian.....	23
1.5 Batasan Penelitian.....	24
1.6 Sistematika Penulisan.....	25
BAB II	
LANDASAN TEORI	27
2.1 Tinjauan Teori.....	27
2.1.1 Brand Image.....	27
2.1.2 Perceived Quality.....	29
2.1.3 Brand Experience.....	30
2.1.4 Customer Satisfaction.....	31
2.1.5 Brand Loyalty.....	33
2.2 Penelitian Terdahulu.....	34
2.3 Model Penelitian.....	38
2.4 Hipotesis.....	38
2.4.1 Hubungan Brand Image terhadap Customer Satisfaction.....	38
2.4.2 Hubungan Perceived Quality terhadap Customer Satisfaction.....	39
2.4.3 Hubungan Brand Experience terhadap Customer Satisfaction.....	39
2.4.4 Hubungan Customer Satisfaction terhadap Brand Loyalty.....	40
BAB III	

METODOLOGI PENELITIAN.....	41
3.2 Desain Penelitian.....	43
3.3 Populasi dan Sampel Penelitian.....	46
3.3.1 Populasi.....	46
3.3.2 Sampel.....	47
3.3.3 Teknik Pengambilan Sampel.....	48
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	49
3.4.1 Pengumpulan Data.....	49
3.4.2 Skala Pengukuran.....	50
3.5 Variabel Penelitian.....	50
3.5.1 Variabel Laten.....	51
3.5.2 Variabel Manifest.....	51
3.6 Operasionalisasi Variabel.....	52
3.6 Teknik Analisis Data.....	57
3.6.1 Uji Instrumen Pre-Test.....	57
3.6.1.2 Uji Reliabilitas Pre-Test.....	58
3.7 Analisis Data Penelitian.....	61
3.7.1 Partial Least Squares SEM (PLS-SEM).....	61
3.7.2 Tahapan Analisis SEM.....	62
3.7.3 Analisis Inner Model.....	64
3.8 Uji Hipotesis.....	66
3.8.1 T-Statistik.....	66
3.8.2 P-Values.....	66
BAB IV	
ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	67
4.1 Karakteristik Responden.....	67
4.2 Profil Responden.....	67
4.2.1 Profil Responden Berdasarkan Usia.....	68
4.2.2 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	69
4.2.3 Profil Responden Berdasarkan Domisili.....	70
4.2.4 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	71
4.3 Analisis Deskriptif.....	71
4.3.1 Brand Image.....	73
4.3.2 Perceived Quality.....	75
4.3.3 Brand Experience.....	77
4.3.4 Customer Satisfaction.....	79
4.4 Uji Instrumen Pretest.....	83
4.4.1 Uji Validitas Pre-test.....	83
4.4.2 Uji Reliabilitas.....	86
4.5 Uji Instrumen Main Test.....	87
4.5.1 Uji Measurement Model (Outer Model).....	88

4.5.2 Uji Structural Model (Inner Model).....	94
4.6 Uji Hipotesis.....	97
4.7 Pembahasan.....	99
4.7.1 Hasil Pengaruh Positif Brand Image Terhadap Customer Satisfaction.....	99
4.7.2 Hasil Pengaruh Positif Perceived Quality Terhadap Customer Satisfaction....	100
4.7.3 Hasil Pengaruh Positif Brand Experience Terhadap Customer Satisfaction....	102
4.7.4 Hasil Pengaruh Positif Customer Satisfaction Terhadap Brand Loyalty....	103
4.8 Implikasi Manajerial.....	104
4.8.1 Upaya Peningkatan Brand Image terhadap Customer Satisfaction.....	104
4.8.2 Upaya Peningkatan Perceived Quality terhadap Customer Satisfaction....	109
4.8.3. Upaya Peningkatan Brand Experience terhadap Customer Satisfaction..	112
4.8.4 Upaya Peningkatan Customer Satisfaction terhadap Brand Loyalty.....	115
BAB V	
KESIMPULAN DAN SARAN.....	118
5.1 Kesimpulan.....	118
5.2 Saran.....	120
5.2.1 Saran Untuk Perusahaan.....	120
5.2.2 Saran Untuk Peneliti Selanjutnya.....	122
DAFTAR PUSTAKA.....	123
LAMPIRAN.....	129

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Perbandingan Jumlah Followers Instagram Tupperware dan Kompetitor.....	6
Tabel 1.2 Perbandingan Engagement Rate Instagram.....	7
Tabel 1.3 Data Penjualan Plastik Kontainer Makanan di Indonesia.....	9
Tabel 1.4 Perbandingan Harga Plastik Kontainer Makanan.....	10
Tabel 2.1 Tabel Penelitian Terdahulu.....	34
Tabel 3.1 Skala Interval.....	50
Tabel 3.2 Tabel Operasional Variabel.....	52
Tabel 4.2 Penelitian Responden Terhadap Brand Image.....	73
Tabel 4.3 Penelitian Responden Terhadap Perceived Quality.....	75
Tabel 4.4 Penelitian Responden Terhadap Brand Experience.....	77
Tabel 4.5 Penelitian Responden Terhadap Customer Satisfaction.....	79
Tabel 4.6 Penelitian Responden Terhadap Brand Loyalty.....	81
Tabel 4.7 Uji Validitas Pre-test.....	83
Tabel 4.8 Tabel Uji Reliabilitas.....	86
Tabel 4.9 Hasil Uji Outer Loadings.....	89
Tabel 4.10 Hasil Uji Average Variance Extracted (AVE).....	90
Tabel 4.11 Hasil Uji Cross Loadings.....	91
Tabel 4.12 Hasil Uji Fornell-Larcker Criterion.....	93
Tabel 4.13 Hasil Uji Reliability.....	93
Tabel 4.14 Hasil Uji R-Square.....	95
Tabel 4.15 Hasil uji f-square.....	95
Tabel 4.16 Hasil uji Q-square.....	96
Tabel 4.17 Hasil Uji Bootstrapping.....	97

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Grafik Pertumbuhan PDB Indonesia pada Tahun 2023.....	2
Gambar 1.2 Grafik Penjualan Tupperware pada tahun 2017 - 2022.....	8
Gambar 1.3 Komentar dari Para Pengguna Tiktok terhadap Brand Tupperware.....	12
Gambar 1.4 Komentar Positif Kualitas Produk dari Para Pengguna Tiktok terhadap Brand Tupperware.....	14
Gambar 1.5 Komentar Negatif mengenai Kualitas Produk dari Para Pengguna Tiktok terhadap Brand Tupperware.....	16
Gambar 1.6 Hasil Mini Riset Mengenai Pengalaman Konsumen dalam Menggunakan Produk Wadah Penyimpanan Makanan.....	17
Gambar 1.7 Hasil Mini Riset Mengenai Ketidakpuasan Konsumen pada Produk Tupperware.....	18
Gambar 1.8 Hasil Mini Riset Mengenai Merek Wadah Penyimpanan Makanan yang Digunakan Responden.....	19
Gambar 2.1 Model Penelitian.....	38
Gambar 3.1 Logo Tupperware.....	41
Gambar 3.2 Tupperware Party.....	42
Gambar 3.3 Marketing Research Design.....	43
Gambar 3.4 Tahapan Analisis SEM dalam Penggunaan PLS -SEM.....	62
Gambar 4.1 Persentase Jumlah Responden Berdasarkan Usia.....	68
Gambar 4.2 Persentase Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	69
Gambar 4.3 Persentase Jumlah Responden Berdasarkan Domisili.....	70
Gambar 4.4 Persentase Jumlah Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	71
Gambar 4.3 Hasil Uji Outer Model.....	88
Gambar 4.5 Ilustrasi Produk Wadah Makanan.....	105
Gambar 4.6 Ilustrasi Produk Wadah Penyimpanan Makanan di Mini Market.....	106
Gambar 4.7 Ilustrasi Brand Bekerja Sama dengan Influencer.....	107
Gambar 4.8 Ilustrasi Sponsor Event.....	108
Gambar 4.9 Ilustrasi Unggahan Sertifikasi BPA Media Sosial.....	110
Gambar 5.0 Ilustrasi Label Sertifikasi BPA Free pada Produk.....	111
Gambar 5.1 Ilustrasi Iklan Produk.....	111
Gambar 5.2 Ilustrasi Tekstur Wadah Penyimpanan Makanan.....	113
Gambar 5.3 Ilustrasi Desain Packaging.....	114
Gambar 5.4 Ilustrasi Kustom Nama pada Produk.....	116

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Hasil Uji Pre-test.....	129
Lampiran B Hasil Uji Main Test.....	136
Lampiran C, Hasil Cek Turnitin.....	142
Lampiran D, Jurnal Utama.....	143
Lampiran E, Bukti Google Form.....	144

