

**HUBUNGAN ANTARA PENGALAMAN MEREK (*BRAND EXPERIENCE*) DENGAN KEPUASAN KONSUMEN PRODUK KFC PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA**

**Megawati Septiyani**

**8135102965**



**Skripsi Ini Disusun Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Mendapatkan Gelar Sarjana Pendidikan Pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta**

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN TATA NIAGA**

**JURUSAN EKONOMI DAN ADMINISTRASI**

**FAKULTAS EKONOMI**

**UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA**

**2014**

**RELATIONSHIP BETWEEN CUSTOMER SATISFACTION  
WITH EXPERIENCE BRAND PRODUCTS KFC STUDENTS  
FACULTY OF ECONOMIC UNIVERSITY OF JAKARTA**

**Megawati Septiyani**

**8135102965**



**Skripsi is written a Part of Bachelor Degree in Education Accomplishment of  
Faculty of Economic At State University of Jakarta**

**STUDY PROGRAM OF COMMERCE EDUCATION  
DEPARTMENT OF ECONOMICS AND ADMINISTRATIONS  
FACULTY OF ECONOMIC  
STATE UNIVERSITYT OF JAKARTA  
2014**

## ABSTRAK

MEGAWATI SEPTIYANI. HUBUNGAN ANTARA BRAND EXPERIENCE DENGAN KEPUASAN KONSUMEN PRODUK KFC PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA. Skripsi, Jakarta: Program Studi Pendidikan Tata Niaga, Jurusan Ekonomi dan Administrasi, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta. Juni 2014.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara brand experience dengan kepuasan konsumen produk kfc pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta berdasarkan data atau fakta yang tepat (sahih, benar, valid), serta dapat dipercaya (reliable).

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan deskriptif dengan pendekatan korelasi. Variabel bebasnya adalah *brand experience* dan kepuasan konsumen adalah variabel terikat. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa fakultas ekonomi universitas negeri jakarta, sedangkan populasi terjangkaunya adalah mahasiswa program studi pendidikan tata niaga angkatan 2010 dan 2011 sebanyak 65 orang. Sampel yang digunakan sebanyak 30 orang. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah acak sederhana.

Teknik analisis data dimulai dengan mencari persamaan regresi linier sederhana dan didapat  $\hat{Y} = 39,51 + 0,48X$ . Uji persyaratan analisis yaitu uji normalitas galat taksiran regresi Y atas X dengan uji *liliefors* didapat perhitungan  $L_o = 0,0907$  sedangkan  $L_t = 0,157$ . Ini menandakan bahwa model regresi berdistribusi normal. Sedangkan uji kelinieran regresi didapat  $F_{hitung} = -1,42$  sedangkan  $F_{tabel} = 4,13$ , ini menunjukkan bahwa regresi linier. Dari uji hipotesis dengan uji koefisien korelasi sederhana product moment dari pearson diperoleh  $r_{xy} = -0,052$  maka ini berarti terdapat hubunhgn positif antara *brand experience* dengan kepuasan konsumen. Dari perhitungan uji - t diketahui  $t_{hitung} = 3,77 > t_{tabel} = 1,68$ , sehingga ini menunjukkan terdapat hubungan yang signifikan brand experience dengan kepuasan konsumen. Sedangkan dari hasil perhitungan koefisien korelasi diperoleh nilai 0,27% yang menunjukkan bahwa kepuasan konsumen ditentukan oleh *brand experience* sebesar 0,27%.

Hasil penelitian ini telah membuktikan adanya hubungan positif antara *brand experience* dengan kepuasan konsumen produk KFC pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.

Kata Kunci: *Brand Experience*, Kepuasan Konsumen.

## ABSTRACT

MEGAWATI SEPTIYANI. RELATIONSHIP BETWEEN CUSTOMER SATISFACTION WITH EXPERIENCE BRAND PRODUCTS KFC STUDENTS OF FACULTY OF ECONOMIC THE STATE UNIVERSITY OF JAKARTA. Thesis, New York: Commerce Education Studies Program, Department of Economics and Administration, Faculty of Economics University of Jakarta. June 2014.

This study aims to determine the relationship between brand experience with customer satisfaction products kfc students of the Faculty of Economics at the State University of Jakarta based on data or facts right (valid, true, valid), and trustworthy (reliable). This study used a descriptive method with a descriptive approach to the correlation approach. Independent variable is the brand experience and customer satisfaction is the dependent variable. The population in this study was student of economic faculty jakarta public universities, while the population of inaccessibility is the student of business administration education class of 2010 and 2011 as many as 65 people. Samples used as many as 30 people. The sampling technique used in this study is simple random. Data analysis techniques starts with finding a simple linear regression equation and obtained  $Y = 39.51 + 0.48 X$  Test requirements analysis is the normality test on the estimated regression error Y over X obtained by test calculations Liliefors  $LO = 0.0907$  while  $Lt = 0.157$ . This indicates that the regression model are normally distributed. While regression testing linearity of  $F = -1.42$  obtained while  $F_{table} = 4.13$ , this shows that the linear regression. Test of hypothesis testing with a simple correlation coefficient of Pearson product moment obtained  $r_{xy} = -0.052$  then this means that there is a positive hubunhgn between brand experience with consumer satisfaction. From test calculations - t known  $t_{count} = 3.77 > t_{table} = 1.68$ , so this shows that there is a significant relationship with the brand experience customer satisfaction. Sedangka from the calculation of the correlation coefficient value of 0.27% was obtained which showed that consumer satisfaction is determined by the brand experience of 0.27%.

The results of this study have proved the existence of a positive relationship between brand experience with customer satisfaction KFC products students of the Faculty of Economics at the State University of Jakarta.

Keywords: Brand Experience, Consumer Satisfaction.

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

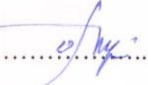

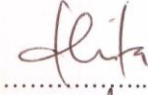

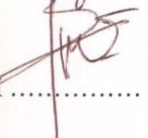
Penanggung Jawab

Dekan Fakultas Ekonomi



Drs. Dedi Purwana ES, M. Bus

NIP. 196712071992031001

Nama	Jabatan	Tanda Tangan	Tanggal
1. <u>Dra. Dientje Griandini</u> NIP. 195507221 198210 2 001	Ketua Penguji		16 Juli 2014
2. <u>Dra. Nurahma Hajat, M.si</u> NIP. 19531002 198503 2 001	Penguji Ahli		01 Juli 2014
3. <u>Dita Puruwita, S.pd., M.si</u> NIP. 19820908 201012 2 004	Sekretaris		01 Juli 2014
4. <u>Dra. Tjutju Fatimah, M.si</u> NIP. 1953117 198203 2 002	Pembimbing I		16 Juli 2014
5. <u>Dr. Corry Yohana, M. M</u> NIP. 19590918 198503 2 011	Pembimbing II		16 Juli 2014

Tanggal Lulus : 26 Juni 2014

## PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Skripsi ini merupakan Karya asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana, baik di Universitas Negeri Jakarta maupun di Perguruan Tinggi lain.
2. Skripsi ini belum dipublikasikan, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, Juni 2014

Yang membuat pernyataan



Megawati Septiyani

8135102965

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kehadirat Allah SWT, karena atas rahmat dan hidayah-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “Hubungan antara *Brand Experience* dengan Kepuasan Konsumen”. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Pendidikan pada Jurusan Ekonomi dan Administrasi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. Penulis menyadari dalam penulisan skripsi ini terdapat banyak kesulitan dan hambatan namun berkat bantuan dari semua pihak sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik. Oleh karena itu, ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini. Secara khusus penulis juga mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dra. Tjutju Fatimah, M.Si. selaku Ketua Program Studi Pendidikan Tata Niaga dan sebagai Dosen Pembimbing I yang telah rela meluangkan waktunya untuk membimbing penulisan skripsi ini.
2. Dr. Corry Yohana, M.M. selaku Dosen Pembimbing II yang telah rela meluangkan waktunya untuk membimbing penulisan skripsi ini.
3. Drs. Nurdin Hidayat, M.Si. selaku Ketua Jurusan Ekonomi dan Administrasi.
4. Kedua Orang Tua dan keluarga yang selalu memberikan dukungan baik moril maupun materil serta Kekasih tercinta yang selalu setia mendampingi dan memberikan semangat selama proses penulisan skripsi ini.

5. Teman-teman Praktek Program Lapangan di SMKN 40 Jakarta dan teman-teman Program Studi Pendidikan Tata Niaga 2010, kakak-kakak serta adik-adik di Fakultas Ekonomi yang telah membantu dan selalu memberikan *support* dalam penulisan skripsi ini serta pihak-pihak yang tak dapat penulis sebutkan satu-persatu.

Penulis menyadari sebagai manusia pasti memiliki kekurangan, untuk itulah apabila dalam penulisan ini terdapat kekurangan, penulis menerima saran dan kritik yang membangun guna kesempurnaan karya tulis ini.

Jakarta, Juni 2014

Megawati Septiyani