

**PENGARUH PENGALAMAN PELANGGAN, CITRA MEREK, KUALITAS
PRODUK, DAN KEPERCAYAAN MEREK TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN PENGGUNA SMARTPHONE SAMSUNG di AEON MALL
TANJUNG BARAT**

TUGAS AKHIR

UNIVERSITAS NASIONAL

Oleh:

MUAJI R. ADAM

233402436246



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NASIONAL
JAKARTA
2026**

**PENGARUH PENGALAMAN PELANGGAN, CITRA MEREK, KUALITAS
PRODUK, DAN KEPERCAYAAN MEREK TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN PENGGUNA SMARTPHONE SAMSUNG di AEON MALL
TANJUNG BARAT**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh
Gelar Sarjana Manajemen (S.M.) pada
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Nasional

Oleh:

MUAJI R. ADAM

233402436246



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NASIONAL
JAKARTA
2026**

LEMBAR PERNYATAAN

Penulis menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa segala pernyataan dalam tugas akhir yang berjudul:

**PENGARUH PENGALAMAN PELANGGAN, CITRA MEREK, KUALITAS
PRODUK, DAN KEPERCAYAAN MEREK TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN PENGGUNA SMARTPHONE SAMSUNG di AEON MALL
TANJUNG BARAT**

Merupakan gagasan atau hasil penelitian penulis, kecuali kutipan-kutipan yang disebutkan sumbernya. Tugas akhir ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Jika dalamnya terdapat kesalahan dan kekeliruan, maka sepenuhnya menjadi tanggung jawab penulis.

Jakarta, 04 Maret 2026



Muaji R. Adam

NPM: 233402436246



LEMBAR PERSETUJUAN

Judul Tugas Akhir : PENGARUH PENGALAMAN PELANGGAN, CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, DAN KEPERCAYAAN MEREK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PENGGUNA SMARTPHONE SAMSUNG di AEON MALL TANJUNG BARAT

Nama Mahasiswa : Muaji R. Adam

Nomor Pokok : 233402436246

Program Studi Manajemen

Menyetujui,

Pembimbing Tugas Akhir,



(Prof. Dr. Andini Nurwulandari S.E., M.M.)

Mengetahui

Ketua Program Studi Manajemen



(Dr. Resti Hardini, S.E., M.Si.)

Jakarta, 04 Maret 2026

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Tugas Akhir : PENGARUH PENGALAMAN PELANGGAN, CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, DAN KEPERCAYAAN MEREK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PENGGUNA SMARTPHONE SAMSUNG di AEON MALL TANJUNG BARAT

Nama Mahasiswa : Muaji R. Adam

Nomor Pokok : 234402436246

Program Studi : Manajemen

Menyetujui,

Pembimbing Tugas Akhir,



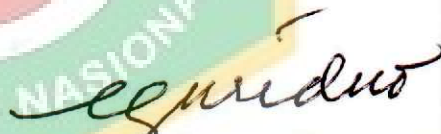
(Prof. Dr. Andini Nurwulandari S.E., M.M.)

Ketua Penguji,

Anggota/Penguji,



(Prof. Dr. Suryono Efendi, S.E., M.M)



(Dr. Eddy Guridno, S.E., M.Si.M)

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



(Prof. Dr. Edi Sugiono, S.T., S.E., M.M.)

Jakarta, 04 Maret 2026

ABSTRAK

PENGARUH PENGALAMAN PELANGGAN, CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, DAN KEPERCAYAAN MEREK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PENGGUNA SMARTPHONE SAMSUNG di AEON MALL TANJUNG BARAT

Oleh:

Muaji R. Adam

NPM : 233402436246

Tugas Akhir, di bawah bimbingan Prof. Dr. Andini Nurwulandari S.E., M.M.

Penelitian ini mempunyai tujuan guna menganalisis pengaruh Pengalaman Pelanggan, Citra Merek, Kualitas Produk, serta Kepercayaan Merek kepada Kepuasan Pelanggan pengguna smartphone Samsung di AEON Mall Tanjung Barat. Data penelitian ini mempergunakan data primer dengan kuesioner yang disebarakan kepada 100 responden pengguna smartphone Samsung di AEON Mall Tanjung Barat, Jakarta Selatan. Data dianalisis dengan mempergunakan analisis inferensial melalui regresi linear berganda serta diolah memanfaatkan program SPSS V.27.

Hasil dari analisis regresi linear berganda menunjukkan bahwasanya variabel Pengalaman Pelanggan (X1), Citra Merek (X2), serta Kepercayaan Merek (X4) berdampak positif serta signifikan kepada Kepuasan Pelanggan (Y), sedangkan Kualitas Produk (X3) menunjukkan pengaruh Positif tetapi tidak signifikan kepada Kepuasan Pelanggan.

Kata Kunci : Pengalaman Pelanggan, Citra Merek, Kualitas Produk, Kepercayaan Merek, Kepuasan Pelanggan.



ABSTRACT

THE EFFECT OF CUSTOMER EXPERIENCE, BRAND IMAGE, PRODUCT QUALITY, AND BRAND TRUST ON CUSTOMER SATISFACTION AMONG SAMSUNG SMARTPHONE USERS AT AEON MALL TANJUNG BARAT

By:

Muaji R. Adam

NPM : 233402436246

Final Project, under the guidance of Prof. Dr. Andini Nurwulandari S.E., M.M.

This study aims to analyze the influence of Customer Experience, Brand Image, Product Quality, and Brand Trust on Customer Satisfaction among Samsung smartphone users at AEON Mall Tanjung Barat. This study used primary data from a questionnaire distributed to 100 Samsung smartphone users at AEON Mall Tanjung Barat, South Jakarta. The data were analyzed using inferential analysis through multiple linear regression and processed using SPSS V.27.

The results of the multiple linear regression analysis indicate that Customer Experience (X1), Brand Image (X2), and Brand Trust (X4) have a positive and significant impact on Customer Satisfaction (Y), while Product Quality (X3) has a positive but insignificant effect on Customer Satisfaction.

Keywords : Customer Experience, Brand Image, Product Quality, Brand Trust, Customer Satisfaction.



KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh,

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah Subhanahu Wa Ta'ala atas segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir yang berjudul “ Pengaruh Pengalaman Pelanggan, Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Kepercayaan Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Smartphone Samsung Di Aeon Mall Tanjung Barat” dengan lancar. Penyusunan tugas akhir ini dilakukan sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Nasional.

Dalam proses penyusunan tugas akhir ini, penulis menyadari adanya berbagai kendala, baik yang bersifat teknis maupun nonteknis. Namun demikian, berkat dukungan, kerja sama, motivasi, serta bantuan dari berbagai pihak, seluruh hambatan tersebut dapat dilalui dengan baik. Oleh karena itu, penulis menyampaikan penghormatan dan apresiasi yang setinggi-tingginya kepada orang tua, dosen pembimbing, serta rekan-rekan yang telah meluangkan waktu, tenaga, pikiran, bahkan dukungan materiil dalam membantu penyelesaian skripsi ini. Dengan penuh rasa syukur, penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. El Amry Bermawi Putera, M.A. selaku Rektor Universitas Nasional.
2. Bapak Prof. Dr. Edi Sugiono, S.T., S.E., M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.
3. Ibu Dr. Rahayu Lestari, S.E., M.M. selaku Wakil Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.
4. Ibu Dr. Resti Hardini, S.E., M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.
5. Ibu Dr. Subur Karyatun, S.E., M.M. selaku Sekretaris Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.
6. Ibu Prof. Dr. Andini Nurwulandari, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing tugas akhir yang telah memberikan motivasi, pengarahan, saran, dan memberikan semangat yang tinggi dalam mengerjakan tugas akhir saya serta kesabaran dalam membimbing dan keikhlasan ibu terhadap saya.

7. Seluruh Dosen Universitas Nasional khususnya Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan ilmu pengetahuan kepada anak didiknya sehingga bisa tumbuh dan berkembang dalam proses belajar.
8. Seluruh staf serta karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional yang sudah membantu serta membagikan kemudahan dari dini perkuliahan sampai akhir perkuliahan
9. Kepada orang tua ku, terima kasih atas pengorbanan yang diberikan selama ini. Kalian merupakan alasan penulis menyelesaikan tugas akhir ini. Mereka yang memimpikan seorang sarjana di keturunannya, yang selalu mendoakan, selalu memberikan semangat dan dukungan serta kasih sayang yang melimpah kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini hingga selesai.
10. Kepada saudara/i saya yang selalu memberikan semangat serta dukungan untuk penulis yang sedang berproses di dunia pendidikan ini penulis ucapkan terima kasih atas segala perhatian yang diberikannya.
11. Kepada teman-teman seperjuangan yang telah membantu penulis, terimakasih atas kebersamaannya. Pertemuan ini sangat penulis syukuri, karena masa perkuliahan dapat penulis lalui dengan baik dan tepat waktu.

Semoga segala kebaikan dari seluruh pihak yang sudah membantu, mendapatkan balasan dari Allah SWT. Penulis tentunya menyadari mungkin skripsi berikut ini masih jauhnya dari kata sempurna, disebabkan oleh karena terbatasnya pengetahuan dan pengalaman yang dipunya oleh penulis. Akhir kata penulis sangat mengucapkan banyak terima kasih kepada seluruh pihak. Penulis juga berharap dengan semoga pada skripsi ini bisa bermanfaat kepada seluruh pihak membutuhkan.

Jakarta, 09 Februari 2026

Muaji R. Adam

Npm : 223402416237

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN	ii
LEMBAR PERSETUJUAN.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR LAMPIRAN.....	ix
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian.....	6
BAB II.....	8
TINJAUAN PUSTAKA.....	8
A. Pengertian Manajemen Pemasaran.....	8
1. Tujuan Manajemen Pemasaran	8
2. Fungsi Manajemen Pemasaran.....	9
3. Kepuasan Pelanggan.....	10
4. Pengalaman Pelanggan (<i>Customer Experience</i>)	12
5. Citra Merek (<i>Brand Image</i>)	14
6. Kualitas Produk (<i>Product Quality</i>).....	16
7. Kepercayaan merek (<i>Brand Trust</i>).....	19
B. Keterkaitan Antar Variabel Penelitian.....	22
1. Pengalaman Pelanggan (X1) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).....	22
2. Pengaruh Citra Merek (X2) Terhadap kepuasan Pelanggan (Y)	Error!
3. Pengaruh Kualitas Produk (X3) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)	23

4. Pengaruh Kepercayaan Merek (X4) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) Error! Bookmark not defined.	
C. Hasil Penelitian Yang Sesuai Sebagai Rujukan Penelitian	24
D. Kerangka Analisis	27
E. Hipotesis	28
BAB III.....	30
METODE PENELITIAN.....	30
A. Objek Penelitian	30
B. Data Penelitian	30
1. Sumber Data dan Jenis Data	30
2. Populasi dan Sampel.....	31
3. Teknik dan Alat Pengumpulan Data.....	33
C. Jenis Variabel Yang Digunakan.....	34
1. Variabel Independen (X)	34
2. Variabel Dependen (Y) meliputi:.....	35
D. Definisi Operasional Variabel.....	35
E. Metode Analisis Dan Pengujian Hipotesis	37
1. Analisis Statistik Deskriptif	37
2. Analisis Statistik Inferensial	37
3. Uji Instrumen	37
4. Uji Asumsi Klasik	39
5. Analisis Regresi Linier Berganda	41
6. Uji Kelayakan Model.....	42
BAB IV	45
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAAN	45
A. Hasil Penelitian	45
1. Deskripsi Objek Penelitian	45
2. Deskripsi Data Penelitian.....	45
3. Metode Analisis Penelitian	52
4. Uji Instrumen	58
5. Uji Asumsi Klasik	61
6. Analisis Regresi Linear Berganda.....	66
7. Uji Kelayakan Model.....	68
B. Pembahasan.....	71

1. Pengaruh Pengalaman Pelanggan terhadap Kepuasan Pelanggan	71
2. Pengaruh Citra Merek terhadap Kepuasan Pelanggan	71
3. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan	72
4. Pengaruh Kepercayaan Merek terhadap Kepuasan Pelanggan	73
BAB V.....	74
A. Kesimpulan.....	74
B. Saran.....	75
Daftar Pustaka	76
DAFTAR LAMPIRAN.....	81



DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Pasar Smartphone di Indonesia.....	1
Tabel 2. 1 Hasil Penelitian Sebagai Rujukan	25
Tabel 3. 1 Pengukuran Skala Interval.....	34
Tabel 3. 2 Definisi operasional Variabel.....	35
Tabel 4. 1 Karakteristik Berdasarkan Jenis.....	46
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	47
Tabel 4. 3 Karakteristik Lama Menggunakan SmartPhone Samsung.....	49
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	50
Tabel 4. 5 Tabel Mean Pengalaman Pelanggan (X1).....	52
Tabel 4. 6 Tabel Mean Citra Merek (X2)	53
Tabel 4. 7 Mean Kualitas Produk (X3).....	54
Tabel 4. 8 Tabel Mean Kepercayaan Merek (X4).....	56
Tabel 4. 9 Tabel Mean Kepuasan Pelanggan (Y).....	57
Tabel 4. 10 Hasil Uji Validasi	59
Tabel 4. 11 Hasil Uji Reliabilitas	60
Tabel 4. 12 Hasil Uji Normalitas	61
Tabel 4. 13 Hasil Uji Multikolinearitas	62
Tabel 4. 14 Hasil Uji Autokorelasi.....	65
Tabel 4. 15 Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	66
Tabel 4. 16 Hasil Uji F	68
Tabel 4. 17 Hasil Uji Korelasi Determinasi R2.....	69
Tabel 4. 18 Hasil Uji t.....	70

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Analisis	28
Gambar 4. 1 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin Responden	46
Gambar 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	48
Gambar 4. 3 Karakteristik Lama Menggunakan SmartPhone Samsung.....	49
Gambar 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	51
Gambar 4. 5 Hasil Uji Heteroskedastisitas – Scatterplot.....	64



DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 KUESIONER PENELITIAN.....	81
LAMPIRAN 2 TABEL DATA TABULASI	87
LAMPIRAN 3 HASIL OUTPUT SPSS.....	105
LAMPIRAN 4 TABEL-TABEL.....	115
LAMPIRAN 5 LEMBAR KONSULTASI BIMBINGAN.....	118

