

**PENGARUH *BRAND REPUTATION*, *BRAND LIKING* DAN *BRAND EXPERIENCE* TERHADAP *TRUST IN BRAND SMARTPHONE ANDROID SAMSUNG GALAXY SERIES*  
DI SAMSUNG CENTER PADANG**

**SKRIPSI**

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar Sarjana pada Program Studi S1 Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Andalas



**Diajukan Oleh:**

**Muhammad Aqil  
1810522054**

**Dosen Pembimbing**

**Syafrizal, SE, ME.PhD.,**

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS ANDALAS  
PADANG  
2023**



No. Alumni Universitas	<b>Muhammad Aqil</b>	No. Alumni Fakultas
a) Tempat/Tgl Lahir : Padang / 17 Mei 1999 b) Nama Orang Tua : Saipunir dan Julifni c) Fakultas : Ekonomi dan Bisnis d) Departemen : Manajemen e) No Bp : 1810522054 f) Tanggal Lulus : 18 Juli 2023 g) Prediket Lulus: Sangat Memuaskan h) IPK : 3.61 i) Lama Studi : 5 Tahun j) Alamat Orang Tua : Komplek UNAND Jl. Matematika BIII/10/02 Ulu Gadut, Kel. Limau Manis Selatan, Kec. Pauh, Kota Padang, Sumatera Barat		

**JUDUL ABSTRAK**

*Skripsi oleh Muhammad Aqil  
Pembimbing : Syafrizal, SE, ME, Ph.D*

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh *Brand Reputation, Brand Liking Dan Brand Experience Terhadap Trust In Brand Smartphone* Android Samsung *Galaxy Series* di Samsung Center Padang. Desain dalam penelitian ini adalah asosiatif yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variable atau lebih dengan pendekatan kuantitatif. Sampel penelitian ini sebanyak 140 responden menggunakan pendekatan rumus Hair. Pada penelitian ini dilakukan pengujian data dengan menggunakan analisis regresi linear berganda menggunakan SPSS versi 26. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *brand reputation* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Trust in brand Smartphone* di Samsung Center Padang. Reputasi merek dikatakan baik apabila konsumen merasa puas dan percaya serta menggunakan merek tersebut dalam jangka waktu lama. *Brand liking* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *trust in brand Smartphone* di Samsung Center Padang meskipun dengan harga yang lebih tinggi dibanding merek lainnya, memiliki reputasi yang baik akan semakin memperkuat keyakinan konsumen bahwa produk tersebut mampu memenuhi kriteria yang diinginkan konsumen. *Brand experience* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *trust in brand Smartphone* di Samsung Center Padang semakin tinggi pengalaman konsumen dalam menggunakan merek Samsung Galaxy, maka akan semakin menambah tingginya kepercayaan konsumen terhadap merek tersebut.

Kata Kunci : *Brand Reputation, Brand Liking, Brand Experience, Trust In Brand Smartphone*

Skripsi telah dipertahankan di depan sidang penguji dan dinyatakan lulus pada tanggal : 18 Juli 2023

Abstrak telah di setujui oleh :

Tanda Tangan	1.	2.	3.
Nama Terang	Syafrizal, SE, ME, Ph.D	Dr. Eri Besra, SE, MM	Hendra Lukito, SE, MM, Ph.D

Mengetahui,  
Ketua Departemen Manajemen

Hendra Lukito, SE, MM, Ph.D  
NIP.197106242006041007



Alumnus telah mendaftar ke Fakultas/Universitas dan Mendapat Nomor Alumnus :

	Petugas Fakultas/Universitas	
No. Alumni Fakultas	Nama:	Tanda Tangan:
No Alumni Universitas	Nama:	Tanda Tangan: