

PENGARUH *EXCITEMENT*, *BRAND IMAGE* DAN *BRAND LOVE*

TERHADAP WOM PADA MEREK ERIGO

THE EFFECT OF EXCITEMENT, BRAND IMAGE AND BRAND LOVE ON

WOM ON ERIGO BRAND

SKRIPSI

Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan untuk Memperoleh Gelar Sarjana Pada

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Disusun oleh :

Apryan Setia Cahaya Brata

20180410056

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA

2022

HALAMAN PERNYATAAN

Dengan ini,

Nama : Apryan Setia Cahaya Brata

Nomor Mahasiswa : 20180410056

Menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul **“PENGARUH *EXCITEMENT*, *BRAND IMAGE* DAN *BRAND LOVE* TERHADAP WOM PADA MEREK *ERIGO*”** tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar sarjana di suatu perguruan tinggi dan sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya, atau pendapat yang ditulis dan diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang ditulis diacu dalam maskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka. Apabila ternyata dalam skripsi ini terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau disebutkan oleh orang lain maka saya bersedia karya tersebut dibatalkan.

Yogyakarta, 19 Maret 2022



Apryan Setia Cahaya Brata

PERSEMBAHAN

Karya ini saya persembahkan kepada:

1. Kedua orang tua saya ibu Ecin Kuraesin dan bapak Gatot Setiawan yang menjadi sumber kekuatan karena dengan dukungan dan do'a yang telah mereka berikan sehingga saya mampu menyelesaikan penyusunan skripsi ini.
2. Saudara saya Debby Setia Anggraeni dan Lionel Setia Fizullah yang telah membantu memberikan saran dan motivasi selama proses penulisan skripsi.
3. Sahabat PENA yang telah menghibur dikala lelah dalam mengerjakan skripsi.
4. Sahabat satu kontrakan dan seperjuangan yaitu Awey, Ridwan, dan Idod yang telah memberikan dukungan dan semangat.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah Subhanahu Wa Ta'ala, yang telah memberikan kemudahan, rahmat dan kasih sayang sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul “Pengaruh Atmosfer Toko dan Promosi Penjualan terhadap Pembelian Impulsif dengan Keadaan Emosional sebagai Variabel Pemediasi”.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar sarjana dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mohameddia Yogyakarta. Penulis mengusulkan topik ini, berharap dapat memberikan referensi untuk pengambilan keputusan perusahaan dan memberikan ide pengembangan untuk penelitian lebih lanjut. Selesaiannya skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan dan dukungan semua pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Rizal Yaya, S.E., M.Sc., Ph.D., Ak., CA., CRP. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. Ibu Dr. Rr. Sri Handari W, SE., M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
3. Ibu Dr. Indah Fatmawati, SE., M.Si. selaku Dosen Pembimbing yang dengan penuh kesabaran telah meluangkan waktu, tenaga dan pikiran, memberikan arahan dan masukan, serta motivasi selama proses penyelesaian skripsi ini.
4. Kedua orang tuaku yang telah memberikan dukungan baik secara materi maupun non materi, dan juga yang selalu memberikan semangat serta doa selama penulisan skripsi.
5. Semua pihak yang telah memberikan bantuan, semangat, kemudahan dan dukungan selama proses penyelesaian skripsi ini.

Penulis sangat menyadari bahwa tulisan ini masih sangat kurang sempurna baik dari segi materi, penyusunan, dan tata bahasanya, oleh karena itu penulis berharap para pembaca dapat memberikan kritik dan saran yang membangun guna penyempurnaannya. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua, termasuk penulis, khususnya yang lain.

Yogyakarta, 19 Maret 2022



Apryan Setia Cahaya Brata

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
SKRIPSI	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
MOTTO.....	iv
PERSEMBAHAN	v
INTISARI	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Pertanyaan Penelitian	7
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian	8
BAB II	9
TINJAUAN PUSTAKA	9
A. Landasan Teori.....	9
B. Konseptualisasi Variabel Penelitian	9
C. Hubungan Antar Variabel.....	12
D. Ringkasan Penelitian Terdahulu.....	36
E. Model Penelitian	39
BAB III.....	41
METODE PENELITIAN.....	41
A. Pendekatan Penelitian.....	41

B. Populasi.....	41
C. Sampel	41
D. Setting Penelitian	42
E. Metode Penyampelan dan Sampel Penelitian	42
F. Jenis Data dan Metode Pengambilan Data.....	43
G. Identifikasi Variabel	44
H. Definisi Operasional Variabel	44
I. Pengujian Kualitas Instrumen.....	47
J. Metode Analisis Data	49
BAB IV	52
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	52
A. Gambaran Umum Objek/Subjek Penelitian.....	52
B. Subjek Penelitian	53
C. Pengujian Instrumen.....	55
D. Proses Analisis Data	57
E. Pengujian Hipotesis	66
F. Pembahasan Hasil Penelitian.....	72
BAB V.....	78
SIMPULAN, KETERBATASAN DAN SARAN.....	78
A. Simpulan.....	78
B. Keterbatasan Penelitian	82
C. Saran.....	83
DAFTAR PUSTAKA	84
LAMPIRAN.....	89

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1. KUESIONER PENELITIAN	89
LAMPIRAN 2. PATH DIAGRAM (DIAGRAM ALUR).....	93
LAMPIRAN 3. KONVERSI DIAGRAM ALUR KE DALAM PERSAMAAN STRUKTURAL.....	94
LAMPIRAN 4. UJI VALIDITAS	95
LAMPIRAN 5. UJI NORMALITAS	96
LAMPIRAN 6. IDENTIFIKASI MODEL STRUKTURAL	97
LAMPIRAN 7. UJI MAHALANOBIS OUTLIER	98
LAMPIRAN 8. UJI GOODNES OF FIT	101
LAMPIRAN 9. UJI HIPOTESIS	103
LAMPIRAN 10. PENGARUH LANGSUNG DAN PENGARUH TIDAK LANGSUNG	104
LAMPIRAN 11. PROFIL RESPONDEN	107

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Ringkasan Penelitian Terdahulu	13
Tabel 2.2 Ringkasan Penelitian Terdahulu	15
Tabel 2.3 Ringkasan Penelitian Terdahulu	17
Tabel 2.4 Ringkasan Penelitian Terdahulu	22
Tabel 2.5 Ringkasan Penelitian Terdahulu	24
Tabel 2.6 Ringkasan Penelitian Terdahulu	27
Tabel 3.1 Indikator Variabel.....	46
Tabel 4. 1 Profil Responden	54
Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas.....	56
Tabel 4.3 Hasil Uji Normalitas.....	61
Tabel 4.4 Hasil pengujian outliers	62
Tabel 4.5	63
Tabel 4.6 Menilai goodness of fit	64
Tabel 4.7 Hubungan antar variabel	66

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Penelitian	40
Gambar 4. 1 Diagram Jalur	58
Gambar 4. 2 Persamaan Struktural	59