

**PENGARUH BRAND EXPERIENCE TERHADAP BRAND LOYALTY DENGAN
BRAND PASSION, SELF CONNECTION DAN BRAND AFFECTION SEBAGAI
VARIABEL MEDIASI**

**THE INFLUENCE OF BRAND EXPERIENCE ON BRAND LOYALTY WITH
BRAND PASSION, SELF CONNECTION AND BRAND AFFECTION AS
MEDIATION**

SKRIPSI

Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan untuk Memperoleh Gelar Sarjana pada Fakultas
Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Disusun oleh :

Ima Karunia Esa

20190410075

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA

2023

HALAMAN PERNYATAAN

HALAMAN PERNYATAAN

Dengan ini, saya:

Nama: Ima Karunia Esa

NIM : 20190410075

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul

“Pengaruh *Brand Experience* terhadap *Brand Loyalty* dengan *Brand Passion*, *Self Connection* dan *Brand Affection* sebagai variabel mediasi” tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam Daftar Pustaka. Apabila ternyata dalam skripsi ini diketahui terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain maka saya bersedia karya tersebut dibatalkan.

Yogyakarta, 8 Februari 2023



Ima Karunia Esa

PERSEMBAHAN

Segala puji bagi Allah SWT yang telah melimpahkan nikmat, rahmat, dan kemudahan-Nya yang senantiasa mengiringi saya dalam proses menempuh pendidikan di perguruan tinggi ini hingga titik akhir penyusunan skripsi. Persembahan dan rasa terimakasih saya ucapkan kepada :

1. Kedua orang tua yang telah memberikan dukungan serta motivasi baik secara moril maupun materil secara penuh sehingga saya dapat menyelesaikan studi saya dengan baik.
2. Bapak Misbahul Anwar, SE,.M.Si. selaku dosen pembimbing yang tak pernah berhenti memberikan bimbingan, masukan dan menyalurkan ilmunya kepada saya.
3. Adik-adik saya yang selalu memberikan semangat dan doa dalam penulisan skripsi ini.
4. Sahabat saya Intan Pertiwi dan Amanda Devany yang selalu menemani dan memberikan semangat serta motivasi serta dukungannya.
5. Teman-teman seperjuangan saya Atika Herliana, Nadhilah, Dwi Nur, Enjelia dan Bella yang selalu membantu, membimbing dan memberikan dukungan selama menempuh masa studi di kampus Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
6. Semua pihak yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu, yang telah memberikan doa, dukungan dan motivasi dari awal kuliah hingga skripsi ini.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan kemudahan, karunia dan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyusun dan menyelesaikan penulisan skripsi dengan judul “Pengaruh *Brand Experience* terhadap *Brand Loyalty* dengan *Brand Passion*, *Self Connection* dan *Brand Affection* sebagai variabel mediasi” dengan lancar dan baik.

Penyusunan skripsi ini disusun untuk melengkapi salah satu dari persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammaadiyah Yogyakarta. Skripsi ini ditulis dan disusun dengan harapan dapat memberikan masukan bagi perusahaan untuk meningkatkan minat pembelian pengguna dan juga memberikan ide untuk pengembangan penelitian yang akan datang.

Penulisan skripsi ini tidak terlepas dari dorongan, semangat, serta bimbingan dari berbagai pihak. Maka dari itu dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan rasa hormat dan terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Rizal Yaya SE., M.Sc., Ph.D., Ak., CA., CRP. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah memberikan petunjuk, bimbingan, dan kemudahan selama penulis menyelesaikan studi.
2. Ibu Dr. Rr. Sri Handari W, SE., M.Si selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah memberikan arahan, bimbingan serta dukungan kepada para mahasiswa Manajemen.
3. Bapak Misbahul Anwar, SE., M.Si. selaku dosen pembimbing skripsi, dengan penuh kesabaran dan banyak meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan serta arahan selama proses penulisan 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 masa studi di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
5. Berbagai pihak yang telah memberikan dukungan, bantuan, kemudahan, dan juga semangat kepada penulis selama proses penulisan skripsi ini, yang pastinya tidak bisa disebutkan satu persatu.

Penulisan skripsi ini ditulis dengan sebaik-baiknya, akan tetapi tentu masih terdapat kekurangan di dalam penulisan skripsi ini. Maka dari itu, saran dan kritik yang sifatnya membangun dari seluruh pihak sangat diharapkan, dan harapan penulis semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca serta dapat menambah wawasan.

Yogyakarta, 2023

A square box containing a handwritten signature in black ink. The signature is cursive and appears to read 'Ima'.

Ima Karunia Esa

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iii
MOTTO.....	iv
PERSEMBAHAN.....	v
INTISARI.....	vi
ABSTRACT.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Penelitian.....	1
B. Tujuan Penelitian.....	6
C. Manfaat Penelitian.....	7
BAB II.....	9
TINJAUAN PUSTAKA.....	9
A. Landasan Teori.....	9
1. <i>Brand Experience</i>	9
2. <i>Brand passion</i>	11
3. Self Brand Connection.....	13
4. Brand Affection.....	15
5. Brand Loyalty.....	17
B. Hasil Penelitian Terdahulu.....	19
C. Pengembangan Hipotesis.....	23
4. Model Penelitian.....	34
BAB III.....	35
METODE PENELITIAN.....	35
A. Pendekatan Penelitian.....	35
B. Responden dan Objek Penelitian.....	35
1. Responden.....	35

2. Objek penelitian	35
3. Jenis Data	36
4. Teknik Pengambilan Sampel	36
5. Teknik Pengumpulan Data.....	38
6. Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	38
7. Uji Kualitas Instrumen	43
1. Uji Validitas	43
2. Uji Reliabilitas	44
9. Uji Hipotesis dan Alat Analisis.....	46
Langkah 1: Pengembangan Model berdasarkan Teori.....	47
Langkah 2: Menyusun Diagram Jalur	47
Langkah 3: Mengubah Diagram Jalur menjadi Persamaan Struktural.....	48
Langkah 4: Memilih jenis input matriks dan estimasi	48
Langkah 5: Menilai identifikasi model structural	49
Langkah 6: Menilai kriteria <i>Goodness-of-Fit</i>	49
Langkah 7: Interpretasi terhadap Model	51
BAB IV	52
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	52
A. Gambaran Umum Ojek dan Subjek Penelitian	52
B. Uji Kualitas Instrumen.....	59
C. Statistik Deskriptif	61
D. Hasil Penelitian (Uji Hipotesis)	64
E. Pengujian Hipotesis	75
F. Pembahasan.....	83
BAB V	89
SIMPULAN, KETERBATASAN PENELITIAN DAN SARAN	89
A. Simpulan	89
B. Keterbatasan Penelitian.....	91
C. Saran	91
DAFTAR PUSTAKA	93
LAMPIRAN.....	99

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.2 Persamaan Struktural	59
Gambar 4.3 Nilai Batas Mahalonobis Distance	61
Gambar 4.4 uji sobel test brand passion memediasi brand experience pengaruh terhadap brand loyalty	70
Gambar 4.5 uji sobel test self brand connection memediasi pengaruh brand experience dan brand loyalty	71
Gambar 4.6 uji sobel test brand affection memediasi pengaruh brand experience dan brand loyalty	72

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Ringkasan Operasional Variabel	34
Tabel 3.2 Pilihan dan Skala	36
Tabel 3.3 Kriteria Goodness of Fit	42
Tabel 4.1 Profil Responden.....	48
Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas	51
Tabel 4.3 Hasil Uji Reliabilitas.....	52
Tabel 4.4 Kelas-kelas interval.....	53
Tabel 4.5 Statistik Deskriptif Variabel Brand Experience.....	53
Tabel 4.6 Statistik Deskriptif Variabel Brand Passion	54
Tabel 4.7 Statistik Deskriptif Variabel Self Brand Connection.....	55
Tabel 4.8 Statistik Deskriptif Variabel Brand Affection	55
Tabel 4.9 Statistik Deskriptif Variabel brand loyalty	56
Tabel 4.10 Hasil Uji Normalitas	60
Tabel 4.11 Hasil Pengujian Outliers	62
Tabel 4.12 Notes For Model Notes For Model (Default Model) Computation Of Degrees Of Freedom (Default Model)	66
Tabel 4.13 Menilai Goodness Of Fit.....	66
Tabel 4.14 Hubungan antar variabel	68
Tabel 4.15 Hasil Mediasi Sobel Test	69
Tabel 4.16 Hasil Mediasi Sobel Test	70
Tabel 4.17 Mediasi Sobel Test.....	71

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	83
Lampiran 2. karakteristik Responden	91

Lampiran 3. Tabulasi Data.....	95
Lampiran 4. Uji Validitas	104
Lampiran 5. Uji Reliabilitas.....	106
Lampiran 6. Model Penelitian.....	108
Lampiran 7. Uji Normalitas	109
Lampiran 8. Uji Outliers	111
Lampiran 9. Hasil Uji Statistik Deskriptif	115
Lampiran 10. Uji Hipotesis.....	118
Lampiran 11. Uji Sobel Test.....	120