

**PERAN MEDIASI KEPUASAN MEREK DAN KEPERCAYAAN MEREK
TERHADAP PENGALAMAN MEREK DENGAN LOYALITAS MEREK**

***THE ROLE OF MEDIATION OF BRAND SATISFACTION AND BRAND TRUST IN
BRAND EXPERIENCE WITH BRAND LOYALTY***

SKRIPSI

Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan untuk Memperoleh Gelar pada

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Oleh:

DWI NUR HIDAYATI

20190410072

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA

2023

PERNYATAAN

PERNYATAAN

Dengan ini, saya:

Nama : Dwi Nur Hidayati

Nomor Mahasiswa : 20190410072

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul: "Peran Mediasi Kepuasan dan Kepercayaan Merek terhadap Pengalaman Merek dengan Loyalitas Merek" tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga 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, 10 Februari 2023



Dwi Nur Hidayati

PERSEMBAHAN

Persembahan dan rasa terima kasih saya ucapkan kepada:

1. Kedua orang tua yang telah memberikan dukungan serta motivasi baik secara moral maupun materil, selalu mengingatkan kepada saya untuk tidak pernah berhenti berdoa, berusaha, dan bersyukur.
2. Bapak Drs. Misbahul Anwar, M.Si. selaku dosen pembimbing yang tak pernah berhenti memberikan bimbingan, masukan dan menyalurkan ilmunya kepada saya.
3. Kakak dan saudara yang telah memberikan dukungan dan do'a dalam penulisan skripsi ini.
4. Teman-teman seperjuangan saya Areta, Andara, Maharani, Katon, Tata, dan teman kuliah saya Atika Herliana, Ima Karunia, Nadhilah, Enjelia, Bela yang telah membantu dan mendukung dalam penulisan skripsi ini.
5. Riza S yang telah kebersamai penulis pada hari-hari yang tidak mudah selama proses penelitian ini.
6. Semua pihak yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu yang telah memberikan doa, dukungan dan motivasi mulai dari awal kuliah hingga skripsi ini.

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan kemudahan, karunia dan rahmat-Nya dalam penulisan skripsi dengan judul **“Peran Mediasi Kepuasan Merek dan Kepercayaan Merek terhadap Pengalaman Merek dan Loyalitas Merek”** dengan lancar dan baik.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu dari persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana pada Fakultas Ekoomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Dalam penulisan skripsi ini ditemui kendala dan kesulitan sehingga penulis menyadari masih banyak kekurangan, baik dalam penyajian maupun bentuk disebabkan keterbatasan kemampuan dan pengetahuan yang penulis miliki, akan tetapi berkat petunjuk, dorongan, bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak sehingga pada akhirnya penulis menyelesaikan skripsi ini.

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 terima kasih 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. Segenap dosen pengajar dalam Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, yang sudah menularkan dan mengajarkan ilmu yang sangat banyak.
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, Desember 2022



Dwi Nur Hidayati

DAFTAR ISI

<u>BAB I</u>	1
<u>PENDAHULUAN</u>	1
<u>A. Latar Belakang Masalah</u>	1
<u>B. Pertanyaan Penelitian</u>	8
<u>C. Tujuan Penelitian</u>	9
<u>D. Manfaat Penelitian</u>	9
<u>BAB II</u>	11
<u>TINJAUAN PUSTAKA</u>	11
<u>A. Landasan Teori</u>	11
<u>B. Hasil Penelitian Terdahulu</u>	15
<u>C. Pengembangan Hipotesis</u>	21
<u>D. Model Penelitian</u>	27
<u>BAB III</u>	28
<u>METODE PENELITIAN</u>	28
<u>A. Pendekatan Penelitian</u>	28
<u>B. Responden dan Objek Penelitian</u>	28
<u>C. Jenis Data</u>	29
<u>D. Teknik Pengambilan Sampel</u>	29
<u>E. Teknik Pengumpulan Data</u>	30
<u>F. Definisi Operasional Variabel Penelitian</u>	31
<u>G. Uji Kualitas Instrumen</u>	35
<u>H. Uji Mediasi</u>	36
<u>I. Alat Analisis</u>	37
<u>BAB IV</u>	43
<u>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</u>	43
<u>A. Gambaran Umum Objek dan Subjek Penelitian</u>	43
<u>B. Uji Kualitas Instrumen</u>	48
<u>C. Statistik Deskriptif</u>	50
<u>D. Hasil penelitian (Uji Hipotesis)</u>	54
<u>E. Pengujian Hipotesis</u>	64
<u>F. Pembahasan</u>	69
<u>BAB V</u>	72

SIMPULAN DAN SARAN PENELITIAN.....72

 A. Simpulan72

 B. Keterbatasan Penelitian.....73

 C. Saran.....73

DAFTAR PUSTAKA75

LAMPIRAN.....85

DAFTAR TABEL

<u>Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu</u>	15
<u>Tabel 3. 1 Kriteria Goodness of Fit</u>	41
<u>Tabel 4. 1 Profil Responden</u>	45
<u>Tabel 4. 2 Hasil Uji Validitas</u>	48
<u>Tabel 4. 3 Hasil Uji Reliabilitas</u>	50
<u>Tabel 4. 4 Interpretasi Kelas Interval</u>	50
<u>Tabel 4. 5 Statistik Deskriptif Variable Pengalaman Merek</u>	51
<u>Tabel 4. 6 Statistic Deskriptif Variable Kepuasan Merek</u>	52
<u>Tabel 4. 7 Statistik Variabel Kepercayaan Merek</u>	52
<u>Tabel 4. 8 Statistik Deskriptif Variable Loyalitas Merek</u>	53
<u>Tabel 4. 9 Hasil Uji Normalitas</u>	56
<u>Tabel 4. 10 Hasil Pengujian Outliers</u>	58
<u>Tabel 4. 11 Notes For Model</u>	62
<u>Tabel 4. 12 Hubungan Antar Variable</u>	64
<u>Tabel 4. 13 Hasil Mediasi Sobel Tes</u>	67
<u>Tabel 4. 14 Hasil Mediasi Sobel Tes</u>	68

DAFTAR GAMBAR

<u>Gambar 1. 1 Data penjualan Kosmetik tahun 2021</u>	7
<u>Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual</u>	27
<u>Gambar 3. 1 Skala Pengukuran</u>	35
<u>Gambar 4. 1 Digram Alur</u>	55
<u>Gambar 4. 2 Persamaan Struktural</u>	55
<u>Gambar 4. 3 Nilai Batas Mahalonobis Distance</u>	58
<u>Gambar 4. 4 Sobel Test</u>	67
<u>Gambar 4. 5 Sobel Test</u>	68

DAFTAR LAMPIRAN

<u>Lampiran 1. 1 Kuesioner penelitian</u>	85
<u>Lampiran 2. 1 Karakteristik Responden</u>	93
<u>Lampiran 3. 1 Tabulasi data</u>	94
<u>Lampiran 4. 1 Uji Validitas dan Reliabilitas</u>	113
<u>Lampiran 5. 1 Model Penelitian</u>	114
<u>Lampiran 6. 1 Uji Normalitas</u>	116
<u>Lampiran 7. 1 Uji Outliers</u>	117
<u>Lampiran 8. 1 Hasil Uji Statistik Deskriptif</u>	120
<u>Lampiran 9. 1 Uji Hipotesis</u>	122
<u>Lampiran 10. 1 Uji Sobel Test</u>	124