

**PENGARUH KETERIKATAN EMOSIONAL MEREK TERHADAP SIKAP
PERLUASAN MEREK YANG DIMEDIASI OLEH LOYALITAS SIKAP,
KOMITMEN DAN KEPUASAN PELANGGAN**

***THE INFLUENCE OF BRAND EMOTIONAL ATTACHMENT TO BRAND
EXPANSION ATTITUDES MEDIATED BY ATTITUDE LOYALTY,
COMMITMENT AND CUSTOMER SATISFACTION***

SKRIPSI

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



Disusun oleh:

Fathia Rajna Dananir

20200410120

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA

2023

HALAMAN PERNYATAAN

Dengan ini,

Nama : Fathia Rajna Dananir

NIM : 20200410120

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul

“PENGARUH KETERIKATAN EMOSIONAL MEREK TERHADAP SIKAP PERLUASAN MEREK YANG DIMEDIASI OLEH LOYALITAS SIKAP, KOMITMEN DAN KEPUASAN PELANGGAN” tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar sarjanadi suatu perguruan tinggi dan sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya, atau pendapat yang ditulis dan diterbitkan oleh orang lain, kecuali yabg di tulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar Pustaka. Apabila ternyata dalam skripsi ini terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau disebtkan oleh oranglain maka saya bersedia karya tersebut dibatalkan.

Yogyakarta, 2023



Fathia Rajna Dananir

MOTTO

“Barangsiapa menginginkan kebahagiaan dunia, maka tuntutlah ilmu dan barangsiapa yang ingin kebahagiaan akhir tuntutlah ilmu, dan barang siapa menginginkan keduanya tuntutlah ilmu pengetahuan”

(Rasulullah SAW)

“Barangsiapa yang berbuat kebaikan (sebesar biji dzarah), niscaya dia akan melihat (balasan) nya. Dan barangsiapa yang berbuat kejahatan (sebesar biji dzarah), niscaya dia akan melihat (balasan) nya pula”

(QS. Az-zalzalah: 7-8)

PERSEMBAHAN

Karya ini saya persembahkan kepada:

1. Kedua orang tua saya ibu Yayah Badriyah S.Ag dan Bapak Asep Dudin S.Pd yang menjadi sumber kesuatan karna do'a dan support yang telah mereka berikan sehingga saya mampu menyelesaikan penyusunan skripsi ini.
2. Saudara saya adik Muhammad Fakhri Nabil yang membuat saya semangat menyelesaikan skripsi.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah Subhanahu Wa Ta'ala, yang telah memberikan kemudahan, rahmat dan kasih sayangnya sehingga yang telah memberi penulis kemudahan, rahmat, dan kasih sayang untuk menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh keterikatan emosional merek terhadap sikap perluasan merek yang dimediasi oleh loyalitas sikap, komitmen dan kepuasan pelanggan”

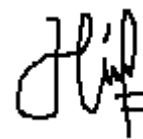
Skripsi ini ditulis untuk memenuhi salah satu persyaratan untuk mendapatkan gelar sarjana dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Penulis berharap bahwa topik ini akan membantu pengambilan keputusan bisnis dan memberikan ide penelitian tambahan. Selesaiannya skripsi ini 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. Bapak Drs. Misbahul Anwar, M.Si selaku Dosen Pembimbing yang dengan kesabaran telah meluangkan waktu, tenaga dan pikiran, memberikan arahan dan masukan, sertamotivasi selama proses penyelesaian skripsi ini.

4. Kedua orang tua yang telah memberikan suport baik secara materi maupun non materi, selain itu, selalu memberikan dukungan dan doa selama proses penulisan skripsi.
5. Zulfa salsabila yang telah menemani selama proses perkuliahan dari sejak mahasiswa baru dan sampai sekarang ini yang selalu membantu, mengsupport dalam segala hal terimakasih banyak
6. Semua pihak yang telah memberikan bntuan, semangat, kemudahan dan dukungan selama proses penyelesaian skripsi ini.

Penulis sangat menyadari bahwa tulisan ini memiliki kekurangandalam hal materi, penyusuuna dan tata Bahasa, selain itu, peneulis terus memberian semangat dan doa selama proses penulisan ini. penulis berharap para pembaca memberikan kritik dan saran yang bermanfaat untuk memperbaikinya. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua, termasuk penulis, khususnya yang lain.

Yogyakarta, 2023



Fathia Rajna Dananir

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	II
HALAMAN PENGESAHAN.....	III
HALAMAN PERNYATAAN.....	IV
MOTTO.....	V
PERSEMBAHAN.....	VI
INTISARI.....	VII
ABSTRACT	VIII
KATA PENGANTAR.....	IX
DAFTAR ISI.....	XI
DAFTAR GAMBAR.....	XIII
DAFTAR TABEL.....	XIV
DAFTAR LAMPIRAN.....	XV
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. LATAR BELAKANG PENELITIAN	1
B. PERTANYAAN PENELITIAN	8
C. TUJUAN PENELITIAN.....	9
D. MANFAAT PENELITIAN.....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
A. LANDASAN TEORI	12
B. PENELITIAN TERDAHULU	22
C. PENGEMBANGAN HIPOTESIS.....	34
D. MODEL PENELITIAN.....	42
BAB III METODE PENELITIAN	43
A. PENDEKATAN PENELITIAN.....	43
B. SUBJEK DAN OBJEK PENELITIAN.....	43
1. <i>Subjek Penelitian</i>	43
2. <i>Objek Penelitian</i>	43
C. JENIS DATA.....	44
D. TEKNIK PENGAMBILAN SAMPEL.....	44
E. TEKNIK PENGUMPULAN DATA	46

F. DEFINISI OPERSIONAL VARIABEL PENELITIAN.....	46
G. UJI KUALITAS INSTRUMEN.....	50
1. <i>Uji Validitas</i>	50
2. <i>Uji Reliabilitas</i>	50
H. UJI MEDIASI.....	51
I. ANALISIS DATA DAN UJI HIPOTESIS.....	52
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	60
A. GAMBARAN UMUM OBJEK DAN SUBJEK PENELITIAN.....	60
B. UJI KUALITAS INSTRUMEN.....	67
C. STATISTIK DESKRITIF.....	70
D. HASIL PENELITIAN (UJI HIPOTESIS).....	75
E. PENGUJIAN HIPOTESIS.....	87
F. PEMBAHASAN.....	96
BAB V SIMPULAN, KETERBATASAN PENELITIAN DAN SARAN.....	105
A. SIMPULAN.....	105
B. KETERBATASAN PENELITIAN.....	107
C. SARAN.....	107
DAFTAR PUSTAKA.....	109
LAMPIRAN.....	114

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Perusahaan Smartphone	5
Gambar 2.2 Model Penelitian.....	42
Gambar 4.1 Diagram Alur	76
Gambar 4.2 Persamaan Struktural.....	77
Gambar 4.3 Uji Sobel Test Pengaruh Keterikatan Merek Emosional dan Sikap terhadap Perluasan Merek melalui Loyalitas Sikap.....	93
Gambar 4.4 Uji Sobel Test Pengaruh Keterikatan Merek Emosional dan Sikap terhadap Perluasan Merek melalui Komitmen.....	94
Gambar 4.5 Pengaruh Keterikatan Merek Emosional dan Sikap terhadap per luasan Merek melalui Kepuasan Pelanggan.....	95

DAFTAR TABEL

Tabel 1.2 Perusahaan Teratas Smartphone Sedunia, Tahun 2022 dan 2021	6
Tabel 2.1 Hasil Penelitian Terdahulu	22
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel	47
Tabel 3.2 Pilihan dan Skala	49
Tabel 3.3 Kriteria Goodness of Fit	59
Tabel 4.1 Profil Responden	64
Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas	68
Tabel 4.3 Hasil Uji Reliabilitas	69
Tabel 4.4 Interpretasi Kelas Interval	70
Tabel 4.5 Statistik Deskriptif Variable Keterikatan Merek Emosional	71
Tabel 4.6 Statistik Deskriptif Variable Loyalitas Sikap	72
Tabel 4.7 Statistik Deskriptif Variable Kepuasan Pelanggan	73
Tabel 4.8 Statistik Deskriptif Variable Komitmen	73
Tabel 4.9 Statistik Deskriptif Variable Sikap Perluasan Merek	74
Tabel 4.10 Hasil Uji Normalitas	78
Tabel 4.11 Hasil pengujian outlier	80
Tabel 4.12 Notes for Model	83
Tabel 4.13 Menilai Kriteria Goodness of Fit	84
Tabel 4.14 Hubungan antar variable	87

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	114
Lampiran 2 Karakteristik Responden.....	122
Lampiran 3 Data Tabulasi.....	125
Lampiran 4 Uji Validitas.....	132
Lampiran 5 Uji Reabilitas.....	133
Lampiran 6 Model Penelitian.....	135
Lampiran 7 Uji Normalitas (Assesment of normality) Group number 1.....	136
Lampiran 8 Uji Outliers.....	137
Lampiran 9 Hasil Uji Statistik Deskriptif.....	140
Lampiran 10 Uji Goodness of Fit.....	142
Lampiran 11 Uji Hipotesis.....	143
Lampiran 12 Uji Sobel test.....	144