

**ANALISIS PENGARUH LOGO MEREK DAN KEPRIBADIAN MEREK TERHADAP
CITRA MEREK YANG DIMEDIASI KEAKRABAN MEREK**

(Studi pada Konsumen Vans di Daerah Istimewa Yogyakarta)

***ANALYSIS OF THE INFLUENCE OF BRAND LOGO AND BRAND PERSONALITY ON
BRAND IMAGE MEDIATED BY BRAND FAMILIARITY***

(Study of Vans Consumers in the Special Region of Yogyakarta)



DISUSUN OLEH:

MOCHAMMAD MEISYATUL IQBAL

20200410194

**PROGAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA
2024**

HALAMAN JUDUL

**ANALISIS PENGARUH LOGO MEREK DAN KEPERIBADIAN MEREK TERHADAP
CITRA MEREK YANG DIMEDIASI KEAKRABAN MEREK**

(Studi pada Konsumen Vans di Daerah Istimewa Yogyakarta)

***ANALYSIS OF THE INFLUENCE OF BRAND LOGO AND BRAND PERSONALITY ON
BRAND IMAGE MEDIATED BY BRAND FAMILIARITY***

(Study of Vans Consumers in the Special Region of Yogyakarta)

SKRIPSI

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



DISUSUN OLEH:

MOCHAMMAD MEISYATUL IQBAL

20200410194

**PROGAM STUDI MANAJEMEN
FALKUTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA
2024**

PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : Mochammad Meisyatul Iqbal

Nomor Mahasiswa : 20200410194

Menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul: **“ANALISIS PENGARUH LOGO MEREK DAN KEPERIBADIAN MEREK TERHADAP CITRA MEREK YANG DIMEDIASI KEAKRABAN MEREK (Studi pada Konsumen Vans di Daerah Istimewa Yogyakarta)”** 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 skripsi ini diketahui terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain maka saya bersedia karya tersebut dibatalkan.

Yogyakarta, 17 Januari 2024



Mochammad Meisyatul Iqbal

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan rasa syukur yang mendalam,

telah diselesaikannya skripsi ini

Penulis mempersembahkannya kepada:

Bapak dan Ibu saya,

Alm. Muji dan Imanah yang selalu memberikan doa dan telah banyak membantu baik dukungan dana serta dukungan moril kepada anaknya untuk dapat mendapatkan gelar S1 Manajemen. Semoga Iqbal dapat membalas jasa bapak dan ibu secepatnya, aamiin.

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan kemudahan, karunia dan rahmat dalam penulisan skripsi dengan judul “Analisis pengaruh logo merek dan Kepribadian Merek Terhadap Citra Merek di Mediasi Keakraban Merek (Studi pada Konsumen Vans di Daerah Istimewa Yogyakarta)”. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Penulis mengambil topik ini dengan harapan dapat memberikan masukan bagi perusahaan dalam penggunaan taktik mempengaruhi dalam pengambilan keputusan perusahaan dan memberikan ide pengembangan bagi penelitian selanjutnya.

Penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan dan dukungan berbagai pihak, oleh karena itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebanyak-banyaknya kepada:

1. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, Prof. Rizal Yaya, S.E., M.Sc., Ph.D. Ak.CA. yang telah memberikan petunjuk, bimbingan dan kemudahan selama penulis menyelesaikan studi
2. Ketua Program Studi Manajemen, Dr. Rr. Sri Handari Wahyuningsih, S.E., M.Si. yang dengan penuh kesabaran telah memberikan masukan dan bimbingan selama proses penyelesaian karya tulis ini.
3. Ibu Dr. Siti Dyah Handayani, SE., M.M selaku dosen pembimbing skripsi, dengan penuh kesabaran telah memberikan bimbingan dan arahan selama proses penulisan skripsi.

4. Bapak dan Ibu Dosen dan seluruh karyawan Program studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah memberikan dukungan dan ilmunya kepada penulis selama menempuh studi.
5. Sahabat dan teman-teman yang memberikan semangat kepada penulis hingga dapat menyelesaikan skripsi ini.

Sebagai kata akhir, tiada gading yang tak retak, penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam skripsi ini. Oleh karena itu, kritik, saran, dan pengembangan penelitian selanjutnya sangat diperlukan untuk kedalaman karya tulis dengan topik ini.

Yogyakarta, 17 Januari 2024

A handwritten signature in black ink, consisting of several overlapping loops and a long horizontal stroke extending to the right.

Mochammad Meisyatul Iqbal

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	Error! Bookmark not defined.
HALAMAN PENGESAHAN.....	Error! Bookmark not defined.
PERNYATAAN.....	Error! Bookmark not defined.
MOTTO.....	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vii
INTISARI.....	viii
<i>ABSTRACT</i>	ix
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Penelitian.....	1
B. Rumusan Masalah Penelitian.....	7
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Manfaat Penelitian.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
A. Landasan Teori.....	11
B. Hasil Penelitian Terdahulu.....	17
C. Pengembangan Hipotesis.....	25
D. Model Penelitian.....	40

BAB III METODE PENELITIAN.....	41
A. Objek dan Subjek Penelitian	41
B. Jenis Data	41
C. Teknik Pengambilan Sampel.....	42
D. Teknik Pengumpulan Data	43
E. Definisi Operasional Variabel Penelitian	44
F. Uji Kualitas Instrumen	47
G. Analisis Data dan Uji Hipotesis	49
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	53
A. Gambaran Umum Objek dan Subjek Penelitian	53
B. Hasil Uji Kualitas Instrumen.....	56
C. Hasil Penelitian dan Pengujian Hipotesis	58
D. Pembahasan (Interpretasi).....	87
BAB V SIMPULAN, KETERBATASAN PENELITIAN, DAN SARAN	98
A. Simpulan	98
B. Keterbatasan Penelitian.....	101
C. Saran.....	101
DAFTAR PUSTAKA	103
LAMPIRAN.....	107

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Mapping Penelitian Terdahulu	17
Tabel 3. 1 Indikator Variabel Eksogen	45
Tabel 3. 2 Indikator Variabel Mediasi (Kepribadian Merek)	45
Tabel 3. 3 Indikator Variabel Mediasi (Keakraban Merek).....	46
Tabel 3. 4 Indikator Variabel Endogen.....	47
Tabel 4. 1 Data Profil Responden	55
Tabel 4. 2 Uji Validitas.....	56
Tabel 4. 3 Uji Reliabilitas.....	57
Tabel 4. 4 Interval Interpretasi	59
Tabel 4. 5 Statistik Deskriptif Logo Merek.....	60
Tabel 4. 6 Statistik Deskriptif Kepribadian Merek: Kejujuran	60
Tabel 4. 7 Statistik Deskriptif Kepribadian Merek: Kegembiraan.....	61
Tabel 4. 8 Statistik Deskriptif Kepribadian Merek: Kompetensi.....	62
Tabel 4. 9 Statistik Deskriptif Kepribadian Merek: Kemewahan	62
Tabel 4. 10 Statistik Deskriptif Kepribadian Merek: Ketangguhan.....	63
Tabel 4. 11 Statistik Deskriptif Kepribadian Merek: Keakraban Merek.....	64
Tabel 4. 12 Statistik Deskriptif Citra Merek	65
Tabel 4. 13 Uji Normalitas Data	68
Tabel 4. 14 Mahalanobis	70
Tabel 4. 15 Identifikasi Model	73
Tabel 4. 16 <i>Goodness of Fit</i>	74
Tabel 4. 17 Hasil Penelitian Pengaruh Langsung.....	77
Tabel 4. 18 Hasil Penelitian Pengaruh Tidak Langsung	86

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Merek Sneakers Terlaris di Indonesia (Februari 2023).....	4
Gambar 2. 1 Model Penelitian	40
Gambar 4. 1 Logo VANS	53
Gambar 4. 2 Diagram Jalur	66
Gambar 4. 3 Persamaan Struktural.....	67

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	107
Lampiran 2 Data Tabulasi Responden	114
Lampiran 3 Profil Responden	119
Lampiran 4 Uji Validitas	120
Lampiran 5 Uji Reliabilitas.....	121
Lampiran 6 Analisis Deskriptif.....	121
Lampiran 7 Diagram Jalur	123
Lampiran 8 Persamaan Stuktural	123
Lampiran 9 Uji Normalitas Data.....	123
Lampiran 10 Mahalanobis.....	124
Lampiran 11 Identifikasi Model.....	125
Lampiran 12 <i>Goodness of Fit</i>	126
Lampiran 13 Pengaruh Langsung	126
Lampiran 14 Pengaruh Tidak Langsung	126