

SKRIPSI
PENGARUH PENGALAMAN MEREK TERHADAP SIKAP MEREK,
KETERIKATAN MEREK, KEPUASAN MEREK, DAN LOYALITAS
MEREK
(Studi pada Pelanggan Kosmetik Merek Wardah di Wilayah DIY)

THE INFLUENCE OF BRAND EXPERIENCE ON BRAND ATTITUDE,
BRAND ATTACHMENT, BRAND SATISFACTION, AND BRAND LOYALTY
(Study of Wardah Brand Cosmetics Customers in the DIY Area)



Oleh

APRILIA NURJAYANTI

20200410037

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA

2024

PERNYATAAN

PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : Aprilia Nurjayanti

NIM : 20200410037

Menyatakan bahwa skripsi ini yang berjudul: **“PENGARUH PENGALAMAN MEREK TERHADAP SIKAP MEREK, KETERIKATAN MEREK, KEPUASAN MEREK, DAN LOYALITAS MEREK (Studi pada Pelanggan Kosmetik Merek Wardah di Wilayah DIY)”** 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 serta 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, 12 Februari 2024



Aprilia Nurjayanti
20200410037

PERSEMBAHAN

Dengan menyebut nama Allah Yang Maha Pemurah lagi Maha Penyayang. Puji dan syukur kepada Allah SWT. Atas rahmat dan hidayah yang telah dilimpahkan serta selalu memberikan kekuatan serta kemudahan dalam menyelesaikan skripsi ini. Skripsi ini Saya persembahkan untuk orang-orang tercinta:

1. Teruntuk kedua orang tua saya yang istimewa Bapak Nurachman dan Ibu Saparinah yang tak henti-hentinya memberikan kasih sayang yang begitu besar, dukungan, dan doa hingga penulis dapat menyelesaikan studinya. Terimakasih yang sebesar-besarnya atas segala pengorbanan dan perjuangan untuk hidup saya. Sehat selalu dan hiduplah lebih lama lagi, agar bapak dan ibu selalu ada disetiap perjalanan serta pencapaian di hidup saya.
2. Teruntuk saudara dan keluarga besar saya, saya ucapkan terimakasih karena telah memberikan dukungan serta doa sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini.
3. Teruntuk teman seperjuangan saya, Susi Baedatul Rumi, Oryza Alfat Amalia, dan Diva Reswati terimakasih sudah menemani dan mendukung saya dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Teruntuk teman-teman terbaik saya yang tidak dapat disebutkan satu persatu, terimakasih sudah menemani saya saat terpuruk, bersedia menjadi pendengar yang baik, dan selalu memberikan semangat. Sangat bersyukur bisa bertemu dan kenal dengan kalian.

5. Teruntuk seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu, saya ucapkan terimakasih karena telah membantu dan mendukung saya untuk menyelesaikan penulisan skripsi ini. Semoga Allah balas kebaikan anda sekalian dengan sebaik-baiknya balasan.

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan kemudahan, karunia, dan rahmat dalam penulisan skripsi dengan judul “Pengaruh Pengalaman Merek Terhadap Sikap Merek, Keterikatan Merek, Kepuasan Merek, dan Loyalitas Merek (Studi pada Pelanggan Kosmetik Merek Wardah di DIY)”. Penyusunan skripsi ini untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Penulis mengambil topik ini dengan harapan memberikan informasi mengenai pengaruh dan faktor-faktor hubungan konsumen dengan merek serta 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 terimakasih yang sebanyak–banyaknya kepada:

1. Prof. Rizal Yaya, S.E., M.Sc., Ph.D. Ak. CA., 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 Wahyuningsih, S.E., M.Si., yang dengan penuh kesabaran telah memberikan masukan dan bimbingan selama proses menyelesaikan studi ini.

3. Ibu Hasnah Rimiati, SE., M.Si. yang dengan penuh kesabaran telah memberikan bimbingan dan masukan selama proses penyelesaian karya tulis ini.
4. Ayah dan Ibu serta saudara-saudara yang senantiasa memberi dorongan dan perhatian kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan studi ini.
5. Semua pihak yang telah memberikan dukungan, bantuan, kemudahan dan semangat dalam proses penyelesaian karya tulis ini.

Sebagai penutup, tiada gading yang tak retak, penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam proposal penelitian ini. Oleh karena itu, selanjutnya sangat diperlukan untuk pengembangan karya tulis dengan topik ini.

Yogyakarta, 12 Februari 2024



Aprilia Nurjayanti
20200410037

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN.....	iv
MOTTO.....	v
PERSEMBAHAN.....	vi
INTISARI.....	viii
ABSTRACT.....	ix
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Penelitian.....	1
B. Rumusan Masalah Penelitian.....	8
C. Tujuan Penelitian.....	9
D. Manfaat Penelitian.....	9
BAB II.....	11
TINJAUAN PUSTAKA.....	11
A. Landasan Teori.....	11
B. Hasil Penelitian Terdahulu.....	17
C. Pengembangan Hipotesis.....	28
D. Model Penelitian.....	37
BAB III.....	39
METODE PENELITIAN.....	39
A. Objek dan Subjek Penelitian.....	39
B. Jenis Data.....	39
C. Teknik Pengambilan Sampel.....	40
D. Teknik Pengumpulan Data.....	41
E. Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	43

F. Uji Kualitas Instrumen	45
G. Analisis Data dan Uji Hipotesis	46
BAB IV	53
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	53
A. Gambaran Umum Objek dan Subjek Penelitian	53
B. Uji Kualitas Instrumen	58
C. Hasil Penelitian	61
D. Uji Hipotesis	74
E. Pembahasan.....	82
BAB V.....	97
SIMPULAN, KETERBATASAN PENELITIAN, DAN SARAN.....	97
A. Simpulan	97
B. Keterbatasan Penelitian.....	98
C. Saran	98
DAFTAR PUSTAKA	100
LAMPIRAN.....	104

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 TOP Brand Index Produk Kosmetik Wardah Tahun 2022	3
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	17
Tabel 3. 1 Skala Likert 5	42
Tabel 3. 2 Definisi Operasional Variabel	44
Tabel 4. 1 Data Responden Berdasarkan Usia	54
Tabel 4. 2 Data Responden Berdasarkan Domisili.....	55
Tabel 4. 3 Data Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	56
Tabel 4. 4 Data Repsonden Berdasarkan Jenis Pekerjaan.....	56
Tabel 4. 5 Data Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan	57
Tabel 4. 6 Data Responden Berdasarkan Pembelian Untuk Penggunaan	58
Tabel 4. 7 Uji Validitas	59
Tabel 4. 8 Hasil Uji Reliabilitas	60
Tabel 4. 9 Skala Interval.....	61
Tabel 4. 10 Analisis Deskriptif Variabel Pengalaman Merek.....	61
Tabel 4. 11 Analisis Deskriptif Variabel Sikap Merek	62
Tabel 4. 12 Analisis Deskriptif Variabel Keterikatan Merek	63
Tabel 4. 13 Analisis Deskriptif Variabel Kepuasan Merek	64
Tabel 4. 14 Analisis Deskriptif Variabel Loyalitas Merek	64
Tabel 4. 15 Degrees of Freedom	67
Tabel 4. 16 Uji Normalitas	69
Tabel 4. 17 Bootstrapping	70
Tabel 4. 18 Minimum Was Achieved	71
Tabel 4. 19 Hasil Uji Outlier	71
Tabel 4. 20 Uji Goodness-of-Fit.....	72
Tabel 4. 21 Uji Hipotesis Pengaruh Langsung.....	75
Tabel 4. 22 Uji Pengaruh Tidak Langsung.....	80

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Model Kerangka Teoritis Penelitian.....	37
Gambar 4. 1 Diagram Jalur	66
Gambar 4. 2 Persamaan Struktural.....	67
Gambar 4. 3 Kriteria <i>Goodness-of-fit</i>	72

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisiner Penelitian	105
Lampiran 2 Tabulasi Data	111
Lampiran 3 Karakteristik Demografi Responden	115
Lampiran 4 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	118
Lampiran 5 Data Output Amos	120