

**PENGARUH KESESUAIAN NILAI TERHADAP
LOYALITAS MEREK MELALUI KETERIKATAN
MEREK PELANGGAN DAN KOMITMEN MEREK
AFEKTIF**

(Studi pada Pengguna Sepatu Vans)

***THE INFLUENCE OF VALUE CONGRUITY ON BRAND
LOYALTY THE MEDIATION EFFECT OF CUSTOMER
BRAND ENGAGEMENT AND AFFECTIVE BRAND
COMMITMENT***

(Study on Vans Shoes Users)

SKRIPSI

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



Disusun oleh:

TIARA ARIANTI

20170410224

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA

2021

PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : Tiara Arianti

NIM : 20170410224

Jurusan : Manajemen

Fakultas : Ekonomi Bisnis

Kampus : Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Judul Skripsi : PENGARUH KESESUAIAN NILAI TERHADAP LOYALITAS
MEREK MELALUI KETERIKATAN MEREK PELANGGAN DAN
KOMITMEN MEREK AFEKTIF PADA PENGGUNA SEPATU VANS

Menyatakan bahwa tidak pernah ada karya yang 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, 24 Mei 2021



Tiara Arianti

PERSEMBAHAN

Skripsi ini ku persembahkan untuk

Kedua orangtuaku tercinta, Ibu Sulistyowati dan Ayah Suraji yang selalu ada saat suka maupun duka, dan selalu mendukung apapun yang dilakukan anaknya. Kupersembahkan skripsi ini, untuk kedua orangtua ku, yang selalu memanjatkan doa untuk keberhasilan anak-anaknya.

Kupersembahkan skripsi ini, untuk kakakku M. Irpan Putra dan kedua adikku Toifur Nur Rahman dan M. Asymawi, yang selalu mendukungku saat suka maupun duka.

Teruntuk Kak Neli, Kak Linda, Mbak Sari, Ratna dan Shafa. Terimakasih untuk kalian karena telah menemaniku bahkan menjadi teman terbaikku di perantauan ini.

Terimakasih untuk teman-teman seperjuanganku Liana, Kurnia, Nadia, Intan, Alim, Nurani dan Fara. Terimakasih kalian sudah menjadi teman terbaik selama perkuliahan ini.

Almamater tercinta Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Last but not least, I wanna thank me, I wanna thank me for believing me in me, I wanna thank me for doing all this hard work, I wanna thank me for having no days off, I wanna thank me for never quitting, for just being me at all time.

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah mencurahkan rahmat dan karunia-Nya serta memberi kesehatan, kesempatan, dan kemudahan sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Kesesuaian Nilai terhadap Loyalitas Merek melalui Keterikatan Merek Pelanggan dan Komitmen Merek Afektif”**.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Penulis mengambil judul ini dengan harapan dapat memberikan masukan bagi perusahaan dalam meningkatkan loyalitas merek dan dapat menambah referensi serta memberikan ide untuk pengembangan bagi peneliti selanjutnya. Penyelesaian skripsi ini tidak lepas dari dukungan dan bimbingan dari berbagai pihak, oleh karena itu pada kesempatan kali ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebanyak-banyaknya kepada :

1. Bapak Dr. Ir. Gunawan Budiyanto, MP., IPM. Selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. Bapak Rizal Yaya SE., M.Sc.,Ph.D., Ak.,CA. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah memberikan bimbingan kepada para mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis.

3. Ibu Retno Widowati PA, M.Si., Ph.D. selaku Ketua Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah memberikan bimbingan dan arahan kepada para mahasiswa Manajemen.
4. Ibu Dr. Indah Fatmawati, SE., M.Si., yang dengan penuh kesabaran memberikan masukan dan bimbingan selama proses penyelesaian karya tulis ini.
5. Bapak/Ibu Dosen Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah memberikan bimbingan dan bekal ilmu selama masa perkuliahan.
6. Kedua orang tuaku, kakak dan kedua adikku yang selalu memberi dukungan serta doa sehingga penulis dapat menyelesaikan studi dengan baik.
7. Semua pihak yang telah mendukung serta memberikan kritik dan saran yang tidak bisa penulis sebutkan satu-persatu.

Sebagai penutup, 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, 24 Mei 2021



Tiara Arianti

DAFTAR ISI

COVER	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
INTISARI	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR GAMBAR	vi
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah Penelitian	1
B. Pertanyaan Penelitian	6
C. Tujuan penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	7
BAB II	9
LANDASAN TEORI	9
A. Landasan Teori	9
B. Pengembangan Hipotesis	12
C. Model penelitian	21
BAB III	22
METODE PENELITIAN	22
A. Pendekatan Penelitian	22
B. Responden dan Objek Penelitian	22

C. Jenis Data	23
D. Teknik Pengambilan Sampel.....	23
E. Teknik Pengumpulan Data	24
F. Identifikasi Variabel dan Definisi Operasional.....	25
G. Pengujian kualitas instrumen	29
H. Alat Analisis Dan Uji Hipotesis	30
BAB IV	33
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	33
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	33
B. Uji Kualitas Instrumen	38
C. Analisis Deskriptif.....	39
D. Hasil Penelitian (Uji Hipotesis).....	43
E. Pengujian Hipotesis	50
F. Pembahasan (Interpretasi).....	57
BAB V.....	66
SIMPULAN, KETERBATASAN PENELITIAN, SARAN.....	66
A. Simpulan	66
B. Keterbatasan Penelitian	68
C. Saran.....	69
DAFTAR PUSTAKA	70
LAMPIRAN.....	75

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data populeritas merek berdasarkan jumlah suka yang disediakan akun Facebook <i>global brand fashion</i>	4
Tabel 2. 1 Ringkasan Pengembangan Hipotesis Pengaruh Kesesuaian Nilai terhadap Loyalitas Merek.....	13
Tabel 2. 2 Ringkasan Pengembangan Hipotesis Pengaruh Kesesuaian Nilai terhadap Keterikatan Merek Pelanggan	14
Tabel 2. 3 Ringkasan Pengembangan Hipotesis Pengaruh Kesesuaian Nilai terhadap Komitmen Merek Afektif	15
Tabel 2. 4 Ringkasan Pengembangan Hipotesis Pengaruh Keterikatan Merek Pelanggan terhadap Loyalitas Merek	17
Tabel 2. 5 Ringkasan Pengembangan Hipotesis Pengaruh Komitmen Merek Afektif terhadap Loyalitas Merek	18
Tabel 2. 6 Ringkasan Pengembangan Hipotesis Pengaruh Kesesuaian Nilai terhadap Loyalitas Merek dimediasi oleh Keterikatan Merek Pelanggan	19
Tabel 2. 7 Ringkasan Pengembangan Hipotesis Pengaruh Kesesuaian Nilai terhadap Loyalitas Merek dimediasi oleh Komitmen Merek Afektif	20
Tabel 3. 1 Skala Likert	25
Tabel 3. 2 Ringkasan Operasionalisasi variabel	28
Tabel 4. 1 Data populeritas merek berdasarkan jumlah suka yang disediakan akun Facebook <i>global brand fashion</i>	33
Tabel 4. 2 Profil Responden.....	35
Tabel 4. 3 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas.....	38
Tabel 4. 4 Interpretasi Kelas Interval	40
Tabel 4. 5 Statistik Deskriptif Variabel Kesesuaian Nilai	40
Tabel 4. 6 Statistik Deskriptif Variabel Keterikatan Merek Pelanggan.....	41
Tabel 4. 7 Statistik Deskriptif Variabel Komitmen Merek Afektif	41
Tabel 4. 8 Statistik Deskriptif Variabel Loyalitas Merek	42
Tabel 4. 9 Hasil Uji Normalitas	45
Tabel 4. 10 Nilai Batas <i>Mahalonobis Distance</i>	47
Tabel 4. 11 Hasil Pengujian <i>Outliers</i>	47
Tabel 4. 12 <i>Computation of degrees of freedom (Default model)</i>	48
Tabel 4. 13 Menilai <i>Goodness of Fit</i>	49
Tabel 4. 14 Hasil Uji Hipotesis	51
Tabel 4. 15 Hasil <i>Output Standardized Direct Effect</i>	54
Tabel 4. 16 Hasil <i>Output Standardized Indirect Effect</i>	54
Tabel 4. 17 Hasil Uji Hipotesis (Mediasi)	55

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Penelitian	21
Gambar 4. 1 Diagram Jalur	44
Gambar 4. 2 Persamaan Struktural.....	44
Gambar 4. 3 Goodness of FIT	49
Gambar 4. 4 Direct Effect	55

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	76
Lampiran 2 Data Responden.....	83
Lampiran 3 Karakteristik Responden.....	90
Lampiran 4 Uji Kualitas Instrumen	92
Lampiran 5 Uji <i>Deskriptif</i>	94
Lampiran 6 Model Penelitian Struktural.....	95
Lampiran 7 Uji Normalitas	97
Lampiran 8 Uji <i>Outliner</i>	98
Lampiran 9 <i>Degree Of Freedom</i>	101
Lampiran 10 <i>Goodnes of Fit</i>	101
Lampiran 11 Uji Hipotesis.....	103
Lampiran 12 <i>Direct and Indirect</i>	104