

**DAMPAK PENGALAMAN MEREK TERHADAP EKUITAS MEREK DENGAN EFEK  
MEDIASI EMOSI HEDONIS, EMOSI UTILITARIAN, DAN KEPERIBADIAN MEREK**

**THE IMPACT OF BRAND EXPERIENCE ON BRAND EQUITY, WITH MEDIATION  
EFFECT OF HEDONIC EMOTIONS, UTILITARIAN EMOTIONS AND BRAND  
PERSONALITY**

**SKRIPSI**

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



Oleh :

**MOHAMMAD IRFAN NADHIF**

**20170410284**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

**2021**

## PERNYATAAN

Dengan ini, saya :

Nama : Mohammad Irfan nadhif

Nomor Mahasiswa : 20170410284

Menyatakan bahwa bahwa skripsi dengan judul: “ Dampak Pengalaman Merek terhadap Ekuitas merek dengan efek mediasi Emosi Hedonis, Emosi Utilitarian dan Kepribadian Merek ” 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 dalam skripsi ini diketahui terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain maka saya bersedia karya tersebut dibatalkan.

Yogyakarta, Juli 2021



Mohammad Irfan Nadhif

## **PERSEMBAHAN**

Alhamdulillah

Segala puji bagi Allah SWT yang telah melimpahkan nikmat, rahmat, dan kemudahan-Nya yang senantiasa mengiringi saya dalam proses menempuh pendidikan di perguruan tinggi ini hingga titik akhir penyusunan skripsi. Persembahkan dan rasa terimakasih saya ucapkan kepada :

1. Kedua orang tua yang telah memberikan dukungan serta motivasi baik secara moril maupun materil, selalu mengingatkan kepada saya untuk tidak pernah berhenti berdoa, berusaha, serta bersyukur.
2. Bapak Misbahul Anwar, SE.,M.Si. selaku dosen pembimbing yang tak pernah berhenti memberikan bimbingan, masukan dan menyalurkan ilmunya kepada saya.
3. Keluarga ANS GROUP yang telah memberikan energi positif dan banyak pelajaran untuk dapat diterapkan di kehidupan saya sendiri, partner yang selalu bisa diajak ke segala arah mata angin, partner dari segalanya.
4. Semua pihak yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu, yang telah memberikan doa, dukungan dan motivasi dari mulai awal kuliah hingga skripsi ini.

## **KATA PENGANTAR**

Puji dan syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan kemudahan, karunia dan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyusun dan menyelesaikan penulisan skripsi dengan judul “dampak pengalaman merek terhadap ekuitas merek dengan efek mediasi emosi hedonis, emosi utilitarian dan kepribadian merek” dengan lancar dan baik.

Penyusunan skripsi ini disusun untuk melengkapi salah satu dari persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Skripsi ini ditulis dan disusun dengan harapan dapat memberikan masukan bagi perusahaan untuk meningkatkan minat pembelian pengguna dan juga memberikan ide untuk pengembangan penelitian yang akan datang.

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 terimakasih 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, Juli 2021



Penulis

## DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN.....	2
HALAMAN PENGESAHAN.....	3
PERNYATAAN .....	4
MOTTO .....	5
PERSEMBAHAN.....	6
INTISARI .....	7
ABSTRACT.....	8
KATA PENGANTAR .....	9
DAFTAR ISI.....	11
DAFTAR TABEL.....	14
DAFTAR GAMBAR .....	15
DAFTAR LAMPIRAN.....	16
BAB I_PENDAHULUAN .....	17
A. Latar belakang.....	17
B. Rumusan masalah .....	21
C. Tujuan penelitian .....	22
D. Manfaat penelitian .....	23
BAB II_TINJAUAN PUSTAKA.....	24
A. Landasan Teori.....	24
B. Hasil Penelitian Terdahulu.....	30
C. Penurunan Hipotesis .....	33
D. Model penelitian .....	41
BAB III_METODE PENELITIAN.....	42
A. Pendekatan Penelitian .....	42
B. Responden dan setting penelitian.....	42
C. Metode penyempelan dan sampelpenelitian .....	42
D. Jenis data dan metode pengumpulan data .....	43
E. Identifikasi variabel .....	44
F. Definisi operasional variabel .....	45

G.	Pengujian kualitas instrumen .....	47
H.	Metode analisis data.....	48
BAB IV_HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....		52
A.	Gambaran Umum Objek/Subjek Penelitian .....	52
B.	Uji Kualitas Instrumen .....	56
D.	Hasil Penelitian (Uji Hipotesis) .....	62
E.	Pengujian Hipotesis .....	72
F.	Pembahasan.....	77
BAB V .....		85
SIMPULAN, KETERBATASAN PENELITIAN DAN SARAN .....		85
A.	Simpulan .....	85
B.	Keterbatasan penelitian .....	86
C.	Saran .....	87
Daftar Pustaka.....		89
LAMPIRAN.....		93

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Top Brand Award 2020 : .....	17
Tabel 2.1 Hasil Penelitian Terdahulu.....	29
tabel 3. 1 pilihan dan skala.....	42
tabel 3. 2 Indikator Variabel .....	44
Tabel 4. 1 Profil Responden.....	54
Tabel 4. 2 Hasil Uji Validitas .....	56
Tabel 4. 3 Hasil Uji Reliabilitas.....	57
Tabel 4. 4 Interpretasi Kelas Interval .....	58
Tabel 4. 5 Statistik Deskriptif Variabel Pengalaman Merek .....	59
Tabel 4. 6 Statistik Deskriptif Variabel Emosi Hedonis.....	59
Tabel 4. 7 Statistik Deskriptif Variabel Emosi Utilitarian.....	60
Tabel 4. 8 Statistik Deskriptif Variabel Kepribadian Merek .....	60
Tabel 4. 9 Statistik Deskriptif Variabel Ekuitas Merek .....	61
Tabel 4. 10 Hasil Uji Normalitas .....	65
Tabel 4. 11 Hasil Pengujian Outliers .....	66
Tabel 4. 12 Notes For Model Notes For Model (default model) Comptation of degrees of freedom.....	70
Tabel 4. 13 Menilai Goodness of Fit .....	70
Tabel 4. 14 Hubungan antar variabel.....	73



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Model Penelitian .....	38
Gambar 4. 1 Diagram Alur .....	63
Gambar4. 2 Persamaan Struktural .....	64
Gambar4. 3 Nilai Batas Mahalonobis Distance .....	66
Gambar 4. 4 Uji Sobel Test Pengaruh Pengalaman Merek terhadap Ekuitas Merek melalui Emosi Hedonis.....	76
Gambar4. 5 Uji Sobel Test Pengaruh Pengalaman Merek terhadap Ekuitas Merek melalui Emosi Utilitarian .....	77
Gambar4. 6 Uji Sobel Test Pengaruh Pengalaman Merek terhadap Ekuitas Merek melalui Kepribadian Merek.....	78

## DAFTAR LAMPIRAN

lampiran 1. Kuisisioner penelitian.....	78
lampiran 2. Karakteristik responden.....	86
lampiran 3. Tabulasi data.....	87
lampiran 4. Uji Validitas.....	91
lampiran 5. Uji Reliabilitas.....	92
lampiran 6. Model Penelitian.....	94
lampiran 7. Uji Normalitas.....	95
lampiran 8. Uji Outliers.....	95
lampiran 9. Hasil Uji Statistik Deskriptif.....	98
lampiran 10. Uji Hipotesis.....	99
lampiran 11. Hasil Turnitin.....	116