

**ANALISIS PENGARUH BRAND *CHARACTERISTICS* DAN
BRAND *RESONANCE* TERHADAP BRAND *LOYALTY*
LAPTOP ASUS DI SOLORAYA**



SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Syarat-Syarat Guna Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta

Disusun Oleh:

ADHIASA MAHENDRA WIJAYA

B100180243

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

2022

HALAMAN PERSETUJUAN

Yang bertanda tangan di bawah ini telah membaca skripsi dengan judul:

**ANALISIS PENGARUH BRAND *CHARACTERISTICS* DAN BRAND
RESONANCE TERHADAP BRAND *LOYALTY* LAPTOP ASUS DI
SOLORAYA**

Yang ditulis dan disusun oleh:

ADHIASA MAHENDRA WIJAYA

B100180243

Penandatanganan berpendapat bahwa skripsi telah memenuhi syarat untuk diterima.

Surakarta, 18 Juli 2022

Pembimbing



(Dr. Drs. Moechammad Nasir, M.M.)

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta



Prof. Dr. Anton Agus Setyawan, S.E., M.Si.

NIDN. 06 160874 01

HALAMAN PENGESAHAN

**ANALISIS PENGARUH BRAND *CHARACTERISTICS* DAN BRAND
RESONANCE TERHADAP BRAND *LOYALTY* LAPTOP ASUS DI
SOLORAYA**

Oleh:

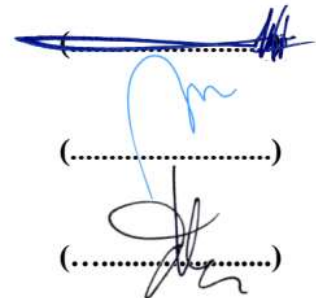
ADHIASA MAHENDRA WIJAYA

B100180243

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta
Pada hari Senin, 18 Juli 2022
Dan dinyatakan telah memenuhi syarat

Dewan Penguji:

1. **Dr. Drs. Moechammad Nasir, M.M.**
(Ketua Dewan Penguji)
2. **Sri Murwanti, S.E., M.M**
(Anggota I Dewan Penguji)
3. **Dr. Edy Purwo Saputro, S.E., M.Si**
(Anggota II Dewan Penguji)



(.....)

(.....)



Prof. Dr. Anton Agus Setyawan, S.E., M.Si.

NIDN. 06 160874 01



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jl. A. Yani Tromol Pos 1 Pabelan Kartosuro Telp. (0271) 717417 Surakarta – 57102

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI


Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : **Adhiasa Mahendra Wijaya**
NIM : **B100180243**
Jurusan : **Manajemen**
Judul Skripsi : **Analisis Pengaruh *Brand Characteristics* dan *Brand Resonance* Terhadap *Brand Loyalty* Laptop Asus di Soloraya**

menyatakan bahwa dalam skripsi yang saya buat dan saya serahkan ini merupakan hasil karya saya sendiri dan publikasi ilmiah ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan sebelumnya untuk memperoleh gelar sarjana di perguruan tinggi. Seluruh sumber yang menjadi pendukung dalam karya saya ini telah dicantumkan sumbernya pada daftar pustaka. Apabila kelak terbukti ada ketidakbenaran dalam pernyataan saya di atas, maka akan saya pertanggungjawabkan sepenuhnya.

Surakarta, 18 Juli 2022

Penulis



Adhiasa Mahendra Wijaya

MOTTO

“Sesungguhnya Allah tidak akan mengubah keadaan suatu kaum hingga mereka
mengubah keadaan yang ada pada diri mereka sendiri”

(QS. Ar Rad:11)

"Belajar tanpa berpikir itu tidaklah berguna, tapi berpikir tanpa belajar itu
sangatlah berbahaya!"

(Ir. Soekarno)

"Gantungkan cita-cita mu setinggi langit! Bermimpilah setinggi langit. Jika
engkau jatuh, engkau akan jatuh di antara bintang-bintang."

(Ir. Soekarno)

“Langkah pertama adalah menetapkan bahwa sesuatu itu mungkin, maka
kemungkinan akan terjadi”

(Elon Musk)

“Hidup itu seperti roda berputar, kadang diatas terkadang juga dibawah,
syukurilah hidup nikmatilah segala prosesnya.”

(Penulis)

PERSEMBAHAN

Penulisan skripsi dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar sarjana pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta. Penulis persembahkan Skripsi ini kepada:

1. Allah SWT atas segala limpahan rahmat dan keagungan-Nya yang telah memberi hamba kesehatan dan kelancaran sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Nabi Muhammad SAW yang menjadi teladan bagi penulis dan semoga shalawat serta salam selalu tercurahkan kepada beliau.
3. Bapak, Ibu, kakak dan adik yang telah memberikan dukungan baik secara moral, material, serta doa yang tiada henti-hentinya, semoga bisa memenuhi harapan dan membanggakan kalian.
4. Bapak Dr. Moehammad Nasir, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan arahan, bimbingan, serta saran dalam proses penyusunan skripsi ini.
5. Ibu Sri Murwanti, S.E., M.M. selaku dosen penguji yang telah meluangkan waktu untuk menguji serta memberikan masukan bagi penulis.
6. Serta seluruh Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi Bisnis di Universitas Muhammadiyah Surakarta yang telah memberi saya banyak ilmu dan wawasan.
7. Teman-teman dan sahabat yang telah memberikan dukungan dan semangat dalam penulisan skripsi.
8. Almamaterku tercinta, Universitas Muhammadiyah Surakarta.

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis dan membahas pengaruh brand characteristics, dan brand resonance terhadap brand loyalty pada produk laptop merek Asus di Soloraya. Selanjutnya rumusan masalah dalam penelitian ini adalah apakah brand characteristics, dan brand resonance berpengaruh signifikan terhadap brand loyalty. Penelitian ini merupakan penelitian survei dengan pendekatan kuantitatif dengan menggunakan tipe data primer melalui pengisian kuesioner yang disebar menggunakan Google Form. Sumber data penelitian ini adalah sampel responden yang memiliki dan menggunakan produk laptop merek Asus di Soloraya. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang memiliki dan menggunakan laptop merek Asus di Soloraya. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah non-probability sampling dengan menggunakan purposive sampling, dimana jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 200 responden. Hipotesis dalam penelitian ini adalah brand characteristics diduga berpengaruh signifikan terhadap brand loyalty (H1), dan brand resonance diduga berpengaruh signifikan terhadap brand loyalty (H2). Hasil penelitian menunjukkan bahwa brand characteristics berpengaruh signifikan terhadap brand loyalty, dan brand resonance berpengaruh signifikan terhadap brand loyalty. Kesimpulan penelitian ini menunjukkan bahwa brand characteristics (X1), dan brand resonance (X2) berpengaruh signifikan terhadap brand loyalty (Y) produk laptop merek Asus di Soloraya. Oleh karena itu, H1, dan H2 yang diajukan terbukti benar. Implikasi kebijakan untuk perusahaan Asus harus selalu melakukan inovasi produk berdasarkan brand characteristics, brand resonance, dan brand loyalty.

Kata kunci: *Brand characteristics, brand resonance, dan brand loyalty.*

ABSTRACT

The purpose of this study is to analyze and discuss the effect of brand characteristics and brand resonance on brand loyalty on Asus laptop products in Soloraya. Furthermore, the formulation of the problem in this study is whether brand characteristics and brand resonance have a significant effect on brand loyalty. This research is a survey research with a quantitative approach using primary data types through filling out questionnaires distributed using Google Form. The data source of this research is a sample of respondents who own and use Asus brand laptop products in Soloraya. The population in this study are all consumers who own and use the Asus laptop brand in Soloraya. The sampling technique in this study was non-probability sampling using purposive sampling, where the number of samples in this study was 200 respondents. The hypothesis in this study is that brand characteristics are thought to have a significant effect on brand loyalty (H1), and brand resonance is considered to have a significant effect on brand loyalty (H2). The results showed that brand characteristics had a significant effect on brand loyalty, and brand resonance had a significant effect on brand loyalty. The conclusion of this study shows that brand characteristics (X1) and brand resonance (X2) have a significant effect on brand loyalty (Y) for Asus laptop products in Soloraya. Therefore, the proposed H1, and H2 are proven correct. The policy implication for the Asus company is to always innovate products based on brand characteristics, brand resonance, and brand loyalty..

Keywords: *Brand characteristics, brand resonance, and brand loyalty.*

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum wr.wb.

Alhamdulillah segala puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Analisis Pengaruh *Brand Characteristics* dan *Brand Resonance* Terhadap *Brand Loyalty* Laptop Asus Di Soloraya”. Tidak lupa shalawat serta salam selalu tercurahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW yang dengan perjuangannya telah mengantarkan kita menjadi umat pilihan.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak akan terwujud tanpa bimbingan, arahan, dan bantuan dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terimakasih kepada:

1. Bapak Dr. H. Sofyan Anif, M.Si selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Surakarta dan segenap pimpinan rektorat Universitas Muhammadiyah Surakarta.
2. Bapak Prof. Dr. Anton Agus Setyawan, S.E., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
3. Ibu Dr. Rini Kuswati, S.E., M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
4. Bapak Dr. Moehammad Nasir, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan arahan, bimbingan, serta saran dalam proses penyusunan skripsi ini.

5. Ibu Sri Murwanti, S.E., M.M. selaku dosen penguji yang telah meluangkan waktu untuk menguji serta memberikan masukan bagi penulis.
6. Ibu Ir. Irmawati, S.E., M.Si. selaku pembimbing akademik yang telah memberikan bimbingan dan arahan selama penulis menempuh pendidikan.
7. Seluruh Dosen Dan Karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta khususnya Program Studi Manajemen yang telah membimbing serta memberikan ilmunya kepada mahasiswa serta telah membantu dalam bidang akademik dan administrasi mahasiswa.
8. Orang tua serta keluarga penulis yang selalu memberikan doa dan dukungan baik secara moril maupun materil sehingga penulis bisa sampai di titik ini untuk menyelesaikan studi dengan sebaik-baiknya.
9. Teman-teman Program Studi Manajemen angkatan 2018.
10. Semua pihak yang terlibat dalam penyusunan skripsi ini yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan baik dari penulisan maupun penyajian. Oleh karena itu segala kritik dan saran yang membangun sangat dibutuhkan untuk penyempurnaan skripsi ini khususnya bagi peneliti selanjutnya. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan dan menjadi awal kesuksesan penulis di masa depan. Aamiin.

Surakarta, 18 Juli 2022

Adhiasa Mahendra Wijaya

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMBUNG	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
MOTTO.....	v
PERSEMBAHAN	vi
ABSTRAK	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat Penelitian.....	7
E. Sistematika Penulisan	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
A. Tinjauan Teori	10
1. Brand Loyalty	10
2. Brand Characteristics	13
3. Brand Resonance	14
B. Penelitian Terdahulu.....	15
C. Pengembangan Hipotesis.....	17
D. Kerangka pemikiran	19

BAB III METODE PENELITIAN.....	21
A. Jenis Penelitian	21
B. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	21
1. Definisi Operasional	21
2. Pengukuran Variabel.....	26
C. Data dan Sumber Data.....	26
D. Metode Pengumpulan Data	27
1. Penyebaran kuesioner	27
2. Wawancara.....	27
E. Teknik Pengambilan Sampel	28
1. Populasi.....	28
2. Sampel	28
F. Metode Analisis Data	29
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	38
A. Deskripsi Profil Responden	38
1. Jenis Kelamin.....	39
2. Usia	39
3. Domisili	40
4. Pekerjaan.....	41
5. Biaya yang dikeluarkan untuk pembelian laptop Asus.....	42
6. Lama penggunaan laptop Asus	43
B. Analisis Data.....	43
1. Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	43
2. Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	49
3. Uji Hipotesis	53
C. Pembahasan	55
1. Pengaruh <i>Brand Characteristics</i> Terhadap <i>Brand Loyalty</i>	55
2. Pengaruh <i>Brand Resonance</i> Terhadap <i>Brand Loyalty</i>	56
BAB V PENUTUP.....	58
A. Kesimpulan.....	58
B. Keterbatasan Penelitian	58

C. Saran	59
DAFTAR PUSTAKA	60
LAMPIRAN	62

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data Penjualan Unit Laptop Dunia Awal Tahun 2021 (Ribuan Unit)...	2
Tabel 4. 1 Jenis Kelamin Responden	39
Tabel 4. 2 Usia Responden.....	39
Tabel 4. 3 Domisili Responden.....	40
Tabel 4. 4 Pekerjaan Responden	41
Tabel 4. 5 Biaya yang dikeluarkan responden untuk pembelian laptop Asus	42
Tabel 4. 6 Lama Penggunaan Laptop Asus.....	43
Tabel 4. 7 <i>Outer Loading</i>	45
Tabel 4. 8 <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	47
Tabel 4. 9 <i>Composite Reliability</i>	47
Tabel 4. 10 <i>Cronbach's Alpha</i>	48
Tabel 4. 11 <i>Collinierity Statistic (VIF)</i>	49
Tabel 4. 12 Analisis <i>R-Square</i>	51
Tabel 4. 13 Analisis <i>Q-Square</i>	51
Tabel 4. 14 Analisis <i>F-Square</i>	52
Tabel 4. 15 Analisis <i>t-test</i>	53
Tabel 4. 16 <i>Path Coefficient</i>	54

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran.....	20
Gambar 4. 1 Outer Model	44
Gambar 4. 2 Inner Model.....	50

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	63
Lampiran 2. Data Responden.....	69
Lampiran 3. Hasil Analisis Outer Model	91
Lampiran 4. Hasil Analisis Inner Model.....	93
Lampiran 5. Hasil Uji Hipotesis.....	94