

**PENGARUH MEREK EKSPRESIF DIRI TERHADAP LOYALITAS
MEREK YANG DI MEDIASI OLEH KECINTAAN
MEREK PADA PRODUK UNIQLO**



SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Syarat-syarat Guna Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta

Disusun oleh:

MUHAMMAD PURNAMA GIRI

B100170025

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

2021

HALAMAN PERSETUJUAN

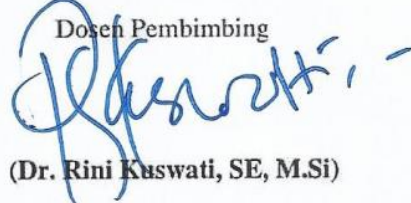
Yang bertanda tangan dibawah ini telah membaca Skripsi dengan judul :
**“PENGARUH MEREK EKSPRESIF DIRI TERHADAP
LOYALITAS MEREK YANG DIMEDIASI OLEH KECINTAAN
MEREK PADA PRODUK UNIQLO”**

Ditulis dan disusun oleh :
MUHAMMAD PURNAMA GIRI
B 100 170 025

Penandatanganan berpendapat bahwa Proposal Skripsi tersebut telah memenuhi syarat untuk diterima.

Surakarta, 31 Mei 2021

Dosen Pembimbing



(Dr. Rini Kuswati, SE, M.Si)

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta



(Drs. H. Syamsudin, SE, MM)

HALAMAN PENGESAHAN
PENGARUH MEREK EKSPRESIF DIRI TERHADAP LOYALITAS
MEREK YANG DI MEDIASI OLEH KECINTAAN MEREK PADA
PRODUK UNIQLO

Oleh:

MUHAMMAD PURNAMA GIRI
B100170025

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta
Pada hari Senin, 7 Juni 2021
Dan dinyatakan telah memenuhi syarat.

Dewan Penguji:

1. Dra. W. Mukharomah, M.M.

(Ketua Dewan Penguji)

2. Dr. Rini Kuswati, S.E., M.Si.

(Anggota I Dewan Penguji)

3. Dr. Muzakar Isa, S.E., M.Si.

(Anggota II Dewan penguji)



(.....)



(.....)



(.....)

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta



(Dr. Drs. Syamsudin, M.M.)

NIP. 19570217 1986 031 001



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 : Muhammad Purnama Giri

NIM : B100170025

Jurusan : MANAJEMEN

Judul Skripsi : **PENGARUH MEREK EKSPRESIF DIRI TERHADAP
LOYALITAS MEREK YANG DIMEDIASI
KECINTAAN MEREK PADA PRODUK UNIQLO**

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya buat dan serahkan ini merupakan hasil karya saya sendiri, kecuali kutipan-kutipan dan ringkasan-ringkasan yang semuanya yang telah saya jelaskan sumbernya. Apabila dikemudian hari terbukti dan atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi apapun dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis dan atau gelar dan ijazah yang diberikan oleh Universitas Muhammadiyah Surakarta batal saya terima.

Surakarta, 7 Juni 2021

Yang membuat pernyataan

Muhammad Purnama Giri

MOTTO

*“Memulai dengan penuh keyakinan,
Menjalankan dengan penuh keihlasan,
Menyelesaikan dengan penuh kebahagiaan”*

(Penulis)

*“Sesungguhnya sesudah kesulitan pasti ada kemudahan, maka
apabila kamu telah selesai (dari satu urusanmu) maka kerjakanlah
dengan sungguh sungguh (urusanmu) yang lainm dan hanya
kepada tuhanmulah hendaknya kamu berharap”*

(QS. Al Insyira : 6-8)

PERSEMBAHAN

Dengan penuh rasa syukur atas rahmat Allah SWT yang maha pengasih dan maha penyayang karena telah memberikan kelancaran dan kemudahan dalam menyelesaikan skripsi ini dan memberikan kesempatan untuk bertemu dengan orang-orang yang sangat bermanfaat bagi hidup saya, maka kupersembahkan hasil karya tulisku ini dengan penuh rasa cinta dan kasih kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan Ridhonya sehingga penulis sanggup menyelesaikan skripsi ini.
2. Orangtuaku yang tercinta Bapak Rohmat Hidayat dan Ibu Ida Ambariyani sebagai salah satu tanda bakti dan tugas utama saya untuk menyelesaikan studi dengan sebaik-baiknya, serta segala harapan dan doa untuk anakmu.
3. Dosen pembimbingku Dr. Rini Kuswati, S.E., M.Si. terimakasih telah membimbing dengan sabar dan penuh keikhlasan.
4. Keluarga besar di Tulungagung dan Sumedang terimakasih atas doa dan dukungan yang selalu diberikan.
5. Semua sobat “Lewung” dan teman-teman kelas A Manajemen UMS 2017, terimakasih untuk 4 tahun yang penuh dengan kenangan, sampai berjumpa pada kesuksesan yang akan datang.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karuniaNya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“PENGARUH MEREK EKSPRESIF DIRI TERHADAP LOYALITAS MEREK YANG DIMEDIASI OLEH KECINTAAN MEREK PADA PRODUK UNIQLO”**

Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat dalam rangka menyelesaikan program pendidikan Strata-1 pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen Universitas MuhammadiyahSurakarta.

Skripsi ini tidak bisa tersusun tanpa adanya bantuan dan dukungan dari berbagai pihak bentuk moril maupun materiil. Untuk itu penulis ingin menyampaikan rasa terimakasih dan rasa hormat kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Sofyan Anif, M.Si., selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Surakarta.
2. Bapak Dr. Syamsudin, M.M., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
3. Bapak Imronudin, S.E., M.Si., Ph.D., selaku Ketua Jurusan Manajemen dan selaku pembimbing akademik.
4. Ibu Dr. Rini Kuswati, S.E., M.Si selaku Dosen Pembimbing skripsi yang dengan sabar telah memberikan bimbingan dan pengarahan dalam penulisan skripsi ini.
5. Kedua Orang Tua (Bapak Rohmat Hidayat dan Ibu Ida Ambariyani), terimakasih atas doa, semangat dan kasih sayang yang besar.
6. Semua sahabat dan teman-teman yang telah mendukung penulis selama ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih belum sempurna dan terdapat beberapa kekurangan. Oleh karena itu penulis berharap adanya masukan, kritik maupun saran yang bersifat membangun. Semoga skripsi ini juga bermanfaat bagi pembaca dan semua pihak yang membutuhkan. Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Surakarta, 31 Mei 2021

Penulis

Muhammad Purnama Giri

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
MOTTO.....	v
PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
ABSTRAK.....	xiv
ABSTRACT.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Perumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Manfaat Penelitian.....	6
E. Sistmatika Penulisan.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
A. Tinjauan Teori.....	8
B. Pengembangan hipotesis.....	11
C. Penelitian terdahulu.....	13
D. Model Penelitan.....	14
BAB III METODE PENELITIAN.....	16
A. Desain Penelitian.....	16
B. Populasi dan Sampel.....	16
C. Tehnik Sampling.....	17
D. Data dan Sumber Data.....	18

E. Metode Pengumpulan Data	18
F. Variabel-Variabel Penelitian	19
G. Definisi Operasional Variabel.....	20
H. Uji Instrumen Penelitian	22
I. Uji Asumsi Klasik	23
J. Pengujian Hipotesis.....	25
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	28
A. Deskripsi Karakteristik Responden.....	28
B. Analisis Data	32
C. Pembahasan.....	46
BAB V PENUTUP.....	49
A. Kesimpulan	49
B. Keterbatasan Penelitian.....	50
C. Saran.....	51
DAFTAR PUSTAKA	52
LAMPIRAN	54

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan umur.....	29
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Gender.....	29
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Instansi.....	30
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Uang Saku	31
Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Transaksi Pembelian.....	32
Tabel 4. 6 Hasil uji validitas merek ekspresif diri	33
Tabel 4. 7 Hasil uji validitas variabel loyalitas merek	34
Tabel 4. 8 Hasil uji validitas variabel kecintaan merek	34
Tabel 4. 9 Hasil Uji Reliabilitas	35
Tabel 4.10 Hasil Uji Multikolinieritas	36
Tabel 4. 11 Hasil Uji Normalitas	36
Tabel 4. 12 Output Analisi Regresi Berjenjang Metode Hayes	40
Tabel 4. 13 Hasil regresimerek ekspresif diri berpengaruh ke kecintan merek	42
Tabel 4. 14 Hasil regresi kecintaan merek berpengaruh ke loyalitas merek.....	43
Tabel 4. 15 Hasil regresi merek ekspresif diri berpengaruh ke loyalitas merek ...	43
Tabel 4. 16 Hasil regresi merek ekspresif diri dimediasi kecintaan merek berpengaruh ke loyalitas Merek	44
Tabel 4. 17 Indirect Effect (s) of X on Y	44
Tabel 4. 18 Uji F	45

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Penelitian	15
-----------------------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuisisioner Penelitian	55
Lampiran 2. Tabulasi hasil kuisisioner	58
Lampiran 3. hasil uji validitas	62
Lampiran 4. hasil uji Reliabilitas	64
Lampiran 5. Hasil uji asumsi klasik	65
Lampiran 6. Uji Hipotesis	66

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh merek ekspresif diri terhadap terhadap loyalitas merek yang di mediasi oleh kecintaan merek. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif menggunakan sampel sebanyak 140 responden yaitu mahasiswa di Kota Surakarta. Penelitian ini menggunakan metode *Roscoe* dengan jenis pengumpulan sampel dengan menggunakan *purposive sampling* dimana peneliti memberikan kriteria khusus pada pengambilan sampel. Metode pengumpulan data menggunakan kuisioner. Teknik analisis data yang digunakan adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji Multikolenieritas, Uji Normalitas, Analisis Regresi Metode *Macro Hayes*, uji parsial (uji t), uji signifikan simultan (uji f), uji koefisien determinasi (R^2). Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa merek ekspresif diri berpengaruh pada loyalitas merek yang dimediasi kecintaan merek pada produk uniqlo.

Kata kunci: Merek ekspresif diri, loyalitas merek, kecintaan merek

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of self-expressive brands on brand loyalty mediated by brand love. This research is a quantitative study using a sample of 140 respondents, namely students in the city of Surakarta. This study uses the Roscoe method with the type of sample collection using purposive sampling where the researcher provides specific criteria for sampling. The data collection method used a questionnaire. The data analysis techniques used were validity test, reliability test, Multikolinearitas test, Normalitas test, Hayes Macro Regression Analysis, regression coefficient test and partial test (t test), simultaneous significant test (f test), determination coefficient test (R²). The results of this study explain that self-expressive brand affects brand loyalty mediated by brand love for uniqlo products.

Keywords: *self-expressive brand, brand loyalty, brand love*