

**PENGARUH PRODUK HEDONIS TERHADAP *WORD OF MOUTH*  
YANG DIMEDIASI OLEH *BRAND PASSION* SEPATU VANS**



**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:**

**TONY AWIS MARGIYANTO**  
**B 100170203**

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

**2021**

## HALAMAN PERSETUJUAN

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

**PENGARUH PRODUK HEDONISME TERHADAP WORD OF MOUTH  
YANG DIMEDIASI OLEH BRAND PASSION SEPATU VANS**

Yang ditulis dan disusun oleh:

**TONY AWIS MARGIYANTO**  
**B100170203**

Penandatanganan berpendapat bahwa skripsi telah memenuhi syarat untuk diterima.

Surakarta, 21 Juni 2021

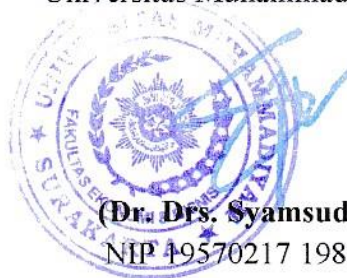
Pembimbing



**(Dr. Rini Kuswati, S.E., M.Si.)**

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah Surakarta



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

NIP 19570217 1986 031 001

**HALAMAN PENGESAHAN**

**PENGARUH PRODUK HEDONISME TERHADAP WORD OF MOUTH  
YANG DIMEDIASI OLEH BRAND PASSION SEPATU VANS**

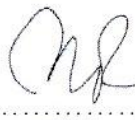
Oleh:

**TONY AWIS MARGIYANTO**  
**B100170203**

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah Surakarta  
Pada hari Senin, 21 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)

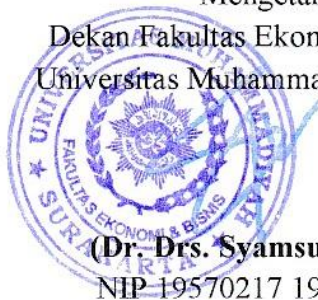
3. Dr. Muzakar Isa, S.E., M.Si.

(..........)

(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 I Pabelan Kartasura Telp (0271) 717417 Surakarta - 57102

**PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Tony Awis Margiyanto  
NIM : B 100170203  
Jurusan : Manajemen  
Judul Skripsi : Pengaruh Produk Hedonis Terhadap *Word Of Mouth*  
yang Dimediasi Oleh *Brand Passion* Sepatu Vans

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya buat dan serahkan ini merupakan hasil karya saya sendiri, kecuali kutipan-kutipan dan ringkasan-ringkasan yang semuanya telah saya jelaskan sumbernya. Apabila dikemudian hari terbukti dan atau dapat dibuktikan bahwa skripsi 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, 21 Juni 2021

Yang membuat pernyataan,

(Tony Awis Margiyanto)

## **MOTTO**

Memulai dengan Penuh Keyakinan, Menjalankan dengan Penuh Keikhlasan  
Menyelesaikan dengan Penuh Kebahagiaan

“Hai orang-orang yang beriman, jadikanlah sabar dan shalat sebagai penolongmu,  
Sesungguhnya Allah beserta orang-orang yang bersabar.

(QS. Al-Baqarah: 153)

Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan, maka apabila kamu telah  
selesai (dari suatu urusan), kerjakanlah dengan sungguh-sungguh (urusan)  
yang lain dan hanya kepada Allah lah hendaknya kamu berharap

(QS. AlInsyirah : 6-8)

Sesungguhnya jika kamu bersyukur, niscaya aku akan menambah (nikmat)  
kepadamu, tetapi jika kamu mengingkari (nikmat-KU), maka pasti azab-Ku  
sangat berat

(QS. Ibrahim, 6)

## **PERSEMBAHAN**

Allhamdulillah atas berkah, rahmat dan limpahan nikmatnya berupa kesehatan, kesempatan, penulis diberikan kemudahan untuk menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Maha karya ini penulis persembahkan untuk:

1. Allah SWT yang selalu memberikan kemudahan, nikmat, karunia serta hidayah-Nya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan
2. Nabi Muhammad SAW yang telah memberikan tauladan dan membawa perubahan dari zaman jahiliyah ke zaman yang terang benderang.
3. Kedua orang tua saya tercinta Bapak Santoso dan Ibu Eny Martinah yang telah memberikan kasih sayang, nasihat, motivasi, masukan dan dukungan, serta selalu mendoakan yang terbaik buat saya di setiap waktu
4. Keluarga besar yang telah memberikan dukungan dan doa
5. Pembimbing Skripsi Ibu. Dr. Rini Kuswanti, SE., M.Si yang telah membimbing dalam penulisan skripsi
6. Sahabat serta teman-teman semuanya yang telah memberikan semangat dan dukungan
7. Almamaterku. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis produk hedonis berpengaruh positif signifikan terhadap *brand passion*. Untuk menganalisis produk hedonis berpengaruh terhadap positif signifikan *Word Of Mouth* Sepatu Vans. Untuk menganalisis *Brand passion* berpengaruh terhadap positif signifikan *Word Of Mouth* Sepatu Vans. Untuk pengaruh produk hedonis terhadap positif signifikan *Word Of Mouth* Sepatu Vans yang dimediasi *Brand passion*. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta. Sampel dalam penelitian ini mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta sebanyak 267 responden. Berdasarkan hasil penelitian produk hedonis berpengaruh signifikan terhadap terhadap *Brand passion*. Produk hedonis tidak berpengaruh signifikan terhadap *Word Of Mouth*. *Brand passion* berpengaruh signifikan terhadap *Word Of Mouth*. Produk hedonis berpengaruh signifikan terhadap *Word Of Mouth* melalui *Brand passion* sebagai variabel mediasi.

Kata Kunci : Produk Hedonis, *Word of Mouth*, dan *Brand Passion*

## **ABSTRACT**

*This study aims analyze the hedonic product that has a significant positive effect on brand passion. To analyze the hedonic product has a significant positive effect on the word of mouth of Vans Shoes. To analyze brand passion has a significant positive effect on the word of mouth of Vans Shoes. For the effect of hedonic products on the significant positive word of mouth for Vans shoes mediated by brand passion. The population in this study were students of the Faculty of Economics and Business, University of Muhammadiyah Surakarta. The Sampel in this study were students of the Fakultas of Economics and Business, University of Muhammadiyah Surakarta as many as 267 respondents. Based on the results of research, hedonic products have a significant effect on brand passion. Hedonic products have no significant effect on word of mouth. Brand assion has a significant effect on word of mouth. Hedonic products have a significant effect on word of mouth through brand passion as a mediating variable.*

*Keywords: Hedonic Products, Word Of Mouth and Brand Passion.*



## KATA PENGANTAR



*Assalamu 'alaikum Wr. Wb.*

Alhamdulillah, puji dan syukur tiada henti senantiasa penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, nikmat dan hidayah-Nya sehingga akhirnya penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul **“PENGARUH HEDONISME PRODUK TERHADAP WORD OF MOUTH YANG DIMEDIASI OLEH BRAND PASSION SEPATU VANS”**, Skripsi ini disusun dengan tujuan untuk melengkapi dan memenuhi syarat guna mencapai gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Selama proses penyusunan skripsi ini, penulis mendapatkan bimbingan, arahan, dukungan serta bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, untuk semua pihak yang telah membantu, baik secara langsung maupun tidak langsung dengan penuh kerendahan hati penulis ingin menyampaikan rasa terimakasih kepada:

1. Allah SWT atas segala rahmat, petunjuk, kekuatan, kesabaran, kemudahan dan segala nikmat-Nya yang tak pernah henti senantiasa dilimpahkan kepada hamba-Nya.
2. Rasulullah Muhammad SAW, Nabi terakhir dan penutup dari para nabi yang memberikan keteladanan yang bisa dijadikan motivasi dalam kehidupan.
3. Bapak Prof. Dr. Sofyan Anif, M.Si selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Surakarta dan segenap pimpinan rektorat Universitas Muhammadiyah Surakarta.
4. Bapak Dr. H. Syamsudin, M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
5. Bapak Imronuddin, SE, M.Si, Ph.D selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
6. Ibu Dr. Rini Kuswanti, SE., M.Si selaku dosen pembimbing yang selalu mengarahkan saya dengan sabar dalam proses pembuatan skripsi ini.

7. Seluruh Staff Tata Usaha dan Karyawan di Universitas Muhammadiyah Surakarta.
8. Bapak dan Ibu tercinta yang selalu memberikan kasih sayangnya dan yang tiada bosan memberikan dukungan baik spiritual maupun material serta tak pernah bosan mendoakan dan menasehati demi keberhasilan penulis.
9. Kakak, saudara dan teman-teman yang selalu menyemangati penulis.
10. Semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu namun memiliki arti dalam penyelesaian karya ini. Tanpa bermaksud mengabaikan, hanya keterbatasan ruang dan kekhilafan penulis semata.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan dan keterbatasan sehingga jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran sangat diharapkan. Akhir kata, semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat digunakan sebagai tambahan informasi dan pengetahuan bagi pihak-pihak yang membutuhkan. Aamiin yaa Robbal alamin.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Surakarta, Juni 2021

Penulis

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI .....	iv
MOTTO .....	v
PERSEMBAHAN .....	vi
<i>ABSTRACT</i> .....	viii
KATA PENGANTAR .....	ix
DAFTAR ISI .....	xi
DAFTAR TABEL .....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN .....	xv
BAB I PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah .....	6
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat Penelitian.....	7
E. Sistematika Penulisan Skripsi.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	9
A. Merek.....	9
B. Produk Hedonisme .....	12
C. <i>Word Of Mouth</i> .....	14
D. <i>Brand Passion</i> .....	17
E. Kerangka Pemikiran .....	18
F. Penelitian Terdahulu.....	18
G. Pengembangan Hipotesis.....	22
BAB III METODE PENELITIAN .....	24
A. Jenis Penelitian .....	24
B. Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel .....	24

C.	Definisi Operasional Variabel .....	25
D.	Data dan Sumber Data.....	26
E.	Metode Pengumpulan Data .....	27
F.	Analisis Data .....	28
BAB IV	HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	31
A.	Diskripsi Demografi .....	31
B.	Analisis Data .....	33
C.	Pembahasan .....	45
BAB V	PENUTUP .....	48
A.	Kesimpulan.....	48
B.	Saran.....	49
DAFTAR	PUSTAKA.....	50
LAMPIRAN	.....	53

## DAFTAR TABEL

Tabel 4. 1 Hasil Karakteristik Responden .....	32
Tabel 4. 2 Hasil Karakteristik Usia Responden.....	32
Tabel 4. 3 Hasil Karakteristik Responden Lama Menggunakan .....	33
Tabel 4. 4 Hasil Analisis <i>Convergent Validity</i> .....	35
Tabel 4. 5 Hasil Analisis <i>Average Variance Extruded (AVE)</i> .....	36
Tabel 4. 6 Hasil Analisis <i>Cross Loading</i> .....	36
Tabel 4. 7 Hasil Analisis <i>Composite Reliability</i> .....	37
Tabel 4. 8 <i>Cronbach's Alpha</i> .....	38
Tabel 4. 9 Hasil Analisis Multikolinieritas (VIF).....	39
Tabel 4. 10 Hasil R Square .....	40
Tabel 4. 11 Hasil Analisis NFI .....	41
Tabel 4. 12 Hasil Pengujian Pengaruh Langsung ( <i>Path Coefficients</i> ) .....	43
Tabel 4. 13 Hasil Analisis <i>Indirect Effect</i> .....	44

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran .....	18
Gambar 4. 1 <i>Outer Model</i> .....	34
Gambar 4. 2 <i>Inner Model</i> .....	40
Gambar 4. 3 Gambar Konseptual .....	45

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian .....	53
Lampiran 2. Tabulasi Data .....	55
Lampiran 3. Hasil Output PLS .....	76