

**PENGARUH *EMOTIONAL BRANDING*, NILAI PELANGGAN
DAN CITRA MEREK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
MELALUI KEPUASAAN PELANGGAN NEVADA MATAHARI
PURWOKERTO.**

(Studi Pada Matahari Departemen Store)



SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen S1

LIVIA PUSPA KISRANTI

1602010086

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN S1
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PURWOKERTO
2020**

HALAMAN PERSETUJUAN

**PENGARUH *EMOTIONAL BRANDING*, NILAI PELANGGAN
DAN CITRA MEREK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
MELALUI KEPUASAAN PELANGGAN NEVADA MATAHARI
PURWOKERTO.**

(Studi Pada Matahari Departemen Store)



SKRIPSI

Oleh :

LIVIA PUSPA KISRANTI

1602010086

**Diterima dan Disetujui Oleh
Pembimbing**

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'HJ HERNI JUSTIANA ASTUTI', is written over the name and NIK of the supervisor.

HJ HERNI JUSTIANA ASTUTI, SE, M.Si, Ph.D
NIK.2160183




HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang diajukan oleh :

Nama : Livia Puspa Kistranti
NIM : 1602010086
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Judul : **Pengaruh Emotional Branding, Nilai Pelanggan dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Nevada Matahari Purwokerto.**

telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Purwokerto.

DEWAN PENGUJI

Ketua : Hj Herni Justiana Astiti, SE, M.Si, Ph.D. ()
Anggota 1 : Arini Hidayah, SE, M.Si. ()
Anggota 2 : Ika Yustina Rahmawati, SE, M.Sc. ()

Ditetapkan di : Purwokerto
Tanggal : 4 Februari 2020

Mengetahui:

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Ro Naelati Tubastuvi, SE, M.Si.

NIK.2160187

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Livia Puspa Kisranti
NIM : 1602010086
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto

menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa skripsi ini adalah hasil karya saya dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar serta bukan hasil penjiplakan dari karya orang lain.

Demikian pernyataan ini saya buat dan apabila kelak dikemudian hari terbukti ada unsur penjiplakan, saya bersedia mempertanggungjawabkan sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Purwokerto, 4 Februari 2020

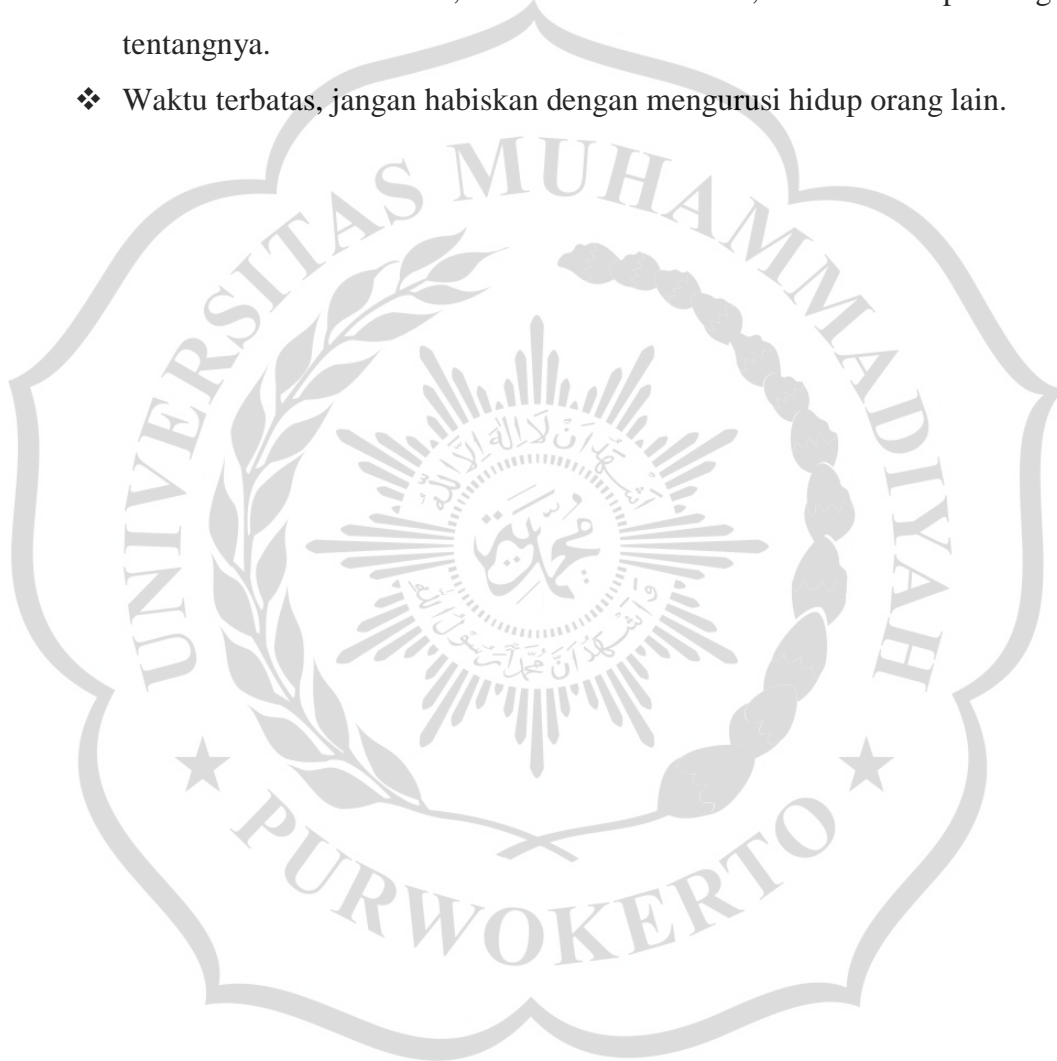
Yang membuat pernyataan



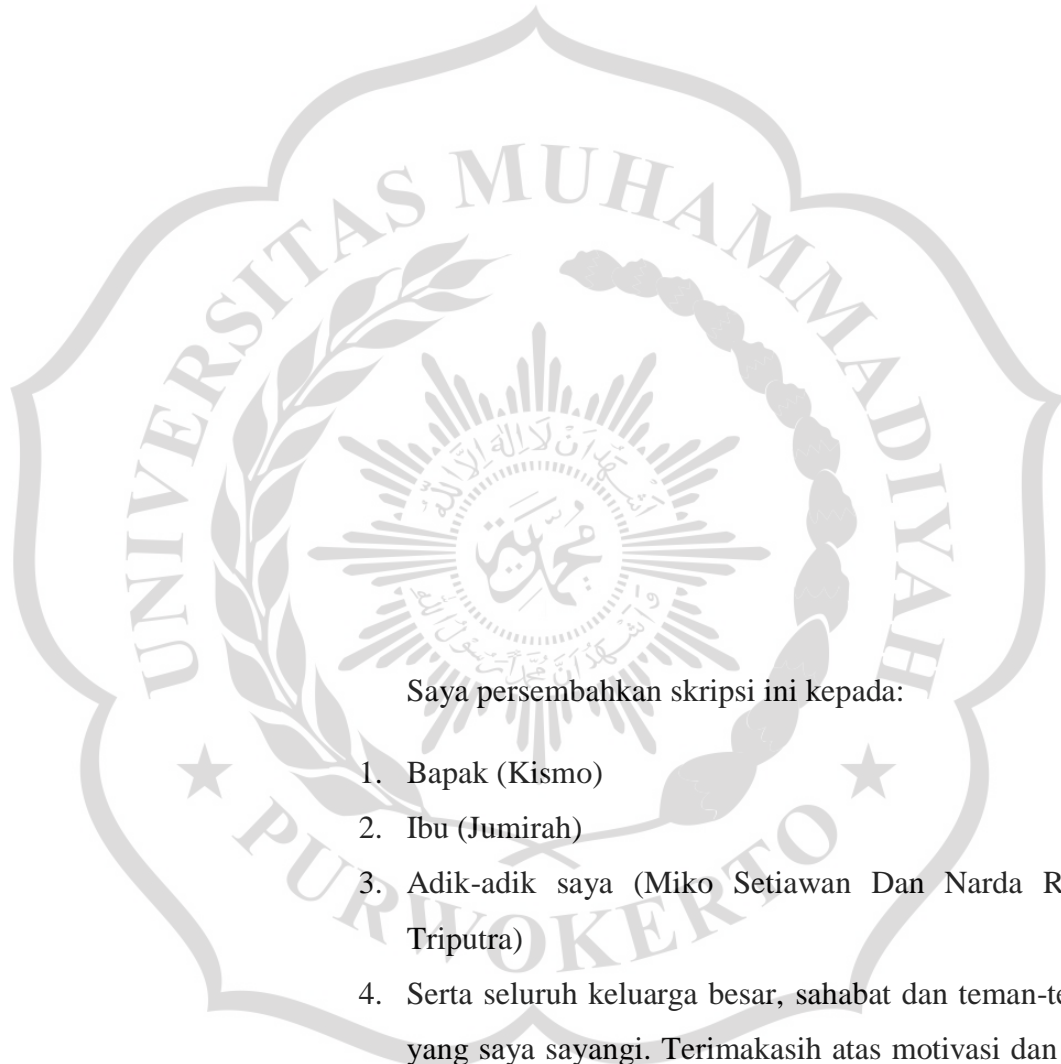
Livia Puspa Kisranti

MOTTO

- ❖ Ubah pikiranmu dan kau dapat mengubah duniamu.
- ❖ Jika kau ingin hidup bahagia, terikatlah pada tujuan, bukan orang atau benda.
- ❖ Jika kau tak suka sesuatu, ubahlah. Jika tak bias, ubahlah cara pandanganmu tentangnya.
- ❖ Waktu terbatas, jangan habiskan dengan mengurus hidup orang lain.



PERSEMBAHAN



Saya persembahkan skripsi ini kepada:

1. Bapak (Kismo)
2. Ibu (Jumirah)
3. Adik-adik saya (Miko Setiawan Dan Narda Rakha Triputra)
4. Serta seluruh keluarga besar, sahabat dan teman-teman yang saya sayangi. Terimakasih atas motivasi dan doo-doanya, semoga kedepannya dipermudah untuk segalanya. Amin

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT, karena atas berkat rahmat-Nya, saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto. Saya menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terimakasih kepada :


1. Tuhan Yang Maha Esa, yang telah memberikan rahmat serta karunianya sehingga saya mampu terus bekerja keras demi mencapai hasil yang terbaik.
2. Dr. Anjar Nugroho, M.S.I., M.H.I. selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Purwokerto.
3. Dr Naelati Tubastuvi, SE., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,
4. Hermin Endratno, SE., M.Si. selaku Ketua Program Studi Pendidikan Manajemen, yang telah memberikan berbagai informasi dan bimbingan tentang tata laksana alur skripsi kepada saya.
5. Hj Herni Justiana Astuti, SE.,M.Si.,Ph.D selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan skripsi.
6. Arini Hidayah SE, M.Si, selaku dosen penguji satu yang telah memberikan ilmu dan berbagai pertanyaan untuk menguji kelayakan saya sebagai Sarjana Manajemen.
7. Ika Yustina Rahmawati, SE, M.Sc, selaku dosen penguji dua yang telah memberikan ilmu dan berbagai pertanyaan untuk menguji kelayakan saya sebagai Sarjana Manajemen.
8. Bapak/Ibu dosen serta seluruh karyawan tata usaha Program Studi Manajemen yang telah memberikan ilmu pengetahuan selama dibangku perkuliahan dan atas segala bantuan dalam bentuk pelayanan serta fasilitas yang diberikan.

9. Matahari Departemen Store yang telah membantu saya dalam mendapatkan data dan izin penelitian untuk skripsi saya.
10. Kedua orang tua saya Bapak Kismo dan Jumirah, dan adik-adik saya Miko Setiawan dan Narda Rakha Triputra, serta keluarga besar yang selalu memberikan dukungan moral maupun material, nasehat, motivasi, dan doa yang tidak pernah henti selama masa kuliah sehingga saya selalu bersemangat.
11. Untuk sahabat-sahabat saya selama dibangku perkuliahan Rahayu Endarwati, Refiana, Umi Fitriana, Dwi Boja Raditya, Elina Muthia Khanza, Rizki Setyoningsih, serta semua pihak yang tidak bisa saya sebutkan semuanya yang selalu membantu saya dan memotivasi dalam mengerjakan skripsi dan sangat peduli kepada saya.
12. Teman-teman seperjuangan Manajemen B 2016 yang sudah saling memotivasi satu sama lain.
13. Semua pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu dalam penyusunan skripsi saya.

Akhir kata saya berharap Allah SWT membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan.

Purwokerto, 4 Januari 2020

Penulis


Livia Puspa Kistranti

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK
KEPENTINGAN AKADEMISI**

Sebagai sivitas akademika Universitas Muhammadiyah Purwokerto dan demi pengembangan ilmu pengetahuan, saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Livia Puspa Kistranti
NIM : 1602010086
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto
Jenis Karya : Skripsi

Menyetujui untuk memberikan Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) kepada Universitas Muhammadiyah Purwokerto atas karya ilmiah yang berjudul

**PENGARUH *EMOTIONAL BRANDING*, NILAI PELANGGAN DAN CITRA
MEREK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASÁAN
PELANGGAN NEVADA MATAHARI PURWOKERTO.**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Muhammadiyah Purwokerto berhak menyimpan, mengalihmedia/ mengalihformatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya dengan tetap mengutamakan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Purwokerto

Pada tanggal : 4 Februari 2020

Yang menyatakan



Livia Puspa Kistranti

**EMOTIONAL BRANDING, NILAI PELANGGAN DAN CITRA MEREK
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAAN
PELANGGAN
(Study Nevada Matahari Purwokerto)**

Oleh :

Livia Puspa Kistranti¹

Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Purwokerto
Email : via.livia.puspa@gmail.com

Herni Justiana Astuti²

Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Purwokerto
Email : herni99@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis *Emotional branding*, nilai pelanggan dan citra merek terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan. Subjek pada penelitian ini adalah Matahari Departemen Store Purwokerto. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa dan masyarakat umum. Pemilihan sample dalam penelitian ini dilakukan dengan purposive sampling. Berdasarkan kriteria, didapatkan sebanyak 100 responden yang menjadi sample. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu uji instrument, uji asumsi klasik, analisis regresi berganda, kecocokan model, uji hipotesis dan uji sobel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Emotional branding*, nilai pelanggan dan citra merek terhadap kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil analisis simultan *Emotional branding*, nilai pelanggan, citra merek dan kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, dengan variabilitas 64,1%, kepuasan pelanggan tidak mampu memediasi variable bebas terhadap loyalitas pelanggan.

Kata kunci : *Emotional branding*, nilai pelanggan dan citra merek terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan

**EMOTIONAL BRANDING, CUSTOMER VALUES AND BRAND IMAGE
ON CUSTOMER LOYALTY THROUGH CUSTOMER SATISFACTION
(Study on Nevada Matahari Purwokerto)**

Oleh :

Livia Puspa Kistranti¹

Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Purwokerto
Email : via.livia.puspa@gmail.com

Herni Justiana Astuti²

Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Purwokerto
Email : herni99@gmail.com

ABSTRAK

This study aims to analyse Emotional branding, customer value and brand image of customer loyalty through customer satisfaction. The subject of this research is Matahari Department Store, Purwokerto. The population in this study were students and the general public. The sample selection in this study was conducted by purposive sampling. Based on the criteria, as many as 100 respondents were sampled. The research methods used in this research are instrument test, classic assumption test, multiple regression analysis, model fit, hypothesis test and sobel test. The results showed that Emotional branding, customer value and brand image on customer satisfaction had a positive and significant effect on customer satisfaction. The results of the simultaneous analysis of Emotional branding, customer value, brand image and customer satisfaction have a positive and significant effect on customer loyalty, with variability of 64%, Customer satisfaction unable to mediate independent variables on customer loyalty.

Keywords: Emotional branding, customer value and brand image to customer loyalty through customer satisfaction.

DAFTAR ISI

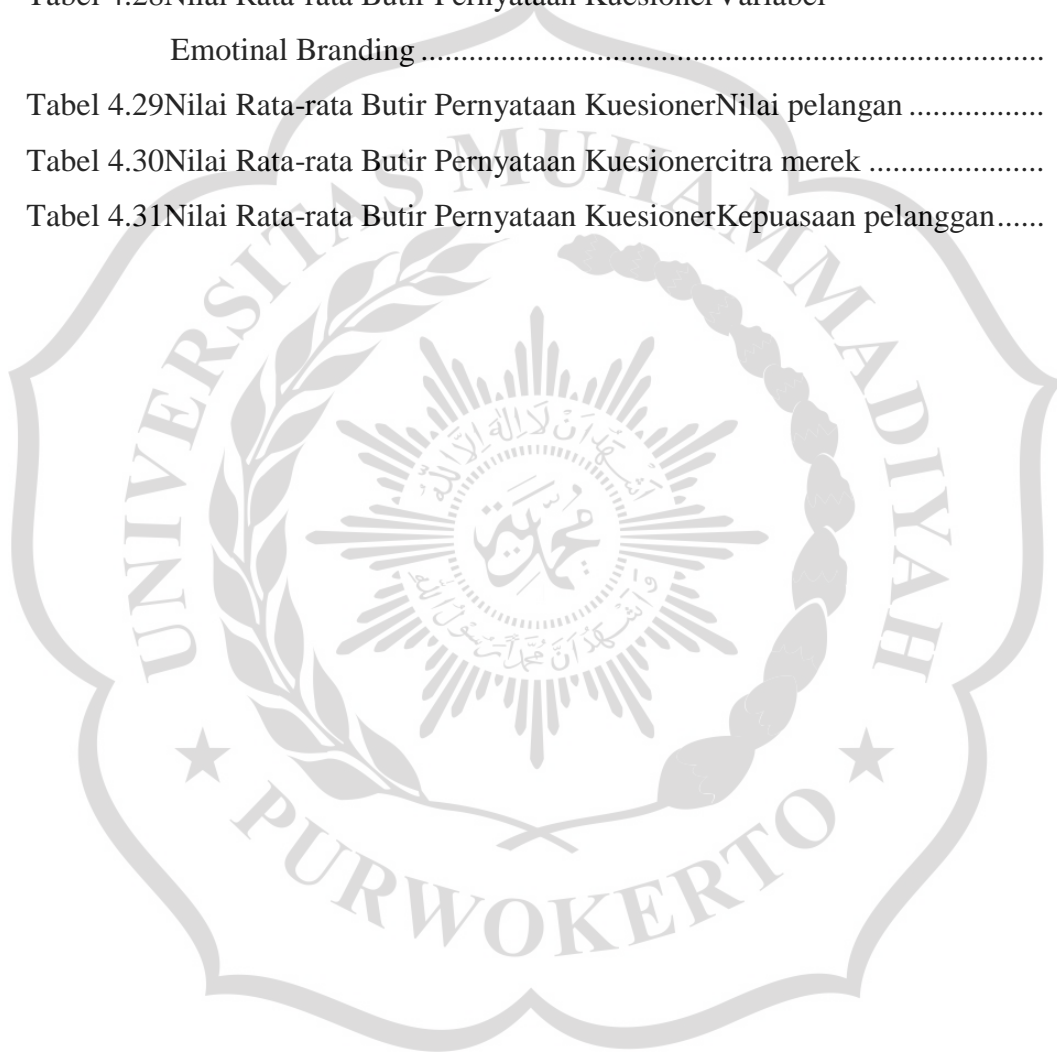
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iv
MOTTO	v
KATA PENGANTAR.....	vi
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI ILMIAH.....	viii
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
A. LATAR BELAKANG	1
B. PERUMUSAN MASALAH	4
C. Pembatasan masalah.....	5
D. Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian	6
1. Tujuan Penelitian	6
2. Manfaat Penelitian	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
A. Landasan Teori.....	8
B. Perilaku Konsumen	8
C. Hasil Penelitian Terdahulu.....	18
D. Kerangka Pemikiran.....	24
E. HIPOTESIS.....	29
BAB III METODE PENELITIAN	31
A. Jenis Penelitian.....	31
B. Populasi Dan Sampel	31
C. Jenis, Sumber Data, dan Teknik Pengumpulan Data	33

D. Variabel Penelitian	34
E. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	35
F. Metode Analisis Data	37
1. Uji Instrume	37
2. Uji asumsi klasik	39
3. Regresi	41
4. Uji Kecocokan Model	42
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	56
A. Hasil Penelitian	56
1. Gambaran Umum Matahari Departemen Store	56
2. Response Rate	59
3. Karakteristik Responden	60
4. Uji Instrumen Data	62
B. Pembahasan	93
BAB V PENUTUP	104
A. Kesimpulan	104
B. Keterbatasan penelitian	105
C. Saran	105
DAFTAR PUSTAKA	107

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Hasil Penelitian Terdahulu.....	18
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel.....	35
Tabel 4.1 <i>Response Rate</i>	59
Tabel 4.2 Jenis Kelamin.....	60
Tabel 4.3 Usia	61
Tabel 4.4 Penghasilan	61
Tabel 4.5 Hasil Pengujian Validitas Variabel <i>Emotional Branding</i> (X1).....	62
Tabel 4.6 Hasil Pengujian Validitas Variabel nilai pelanggan (X2)	63
Tabel 4.7 Hasil Pengujian Validitas Variabel citra merek(X3).....	64
Tabel 4.8 Hasil Pengujian Validitas Variabel M (Kepuasan Pelanggan)	65
Tabel 4.9 Hasil Pengujian Validitas Variabel Loyalitas pelanggan (Y).....	65
Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas.....	67
Tabel 4.11 Hasil Uji Normalitas One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test Persamaan 1.....	68
Tabel 4.12 Hasil Uji Normalitas One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test Persamaan Kedua	69
Tabel 4.13 Hasil Uji Multikolonieritas Persamaan Pertama.....	69
Tabel 4.14 Hasil Uji Multikolonieritas Persamaan Kedua	70
Tabel 4.15 Hasil Uji Heteroskedastisitas dengan Metode Uji Glejser Persamaan Pertama.....	71
Tabel 4.16 Hasil Uji Heteroskedastisitas dengan Metode Uji Glejser Persamaan kedua	72
Tabel 4.17 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda Persamaan Pertama	73
Tabel 4.18 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda Persamaan Kedua	74
Tabel 4.19 Hasil Nilai Koefisien Determinasi (R^2) Persamaan Pertama	77
Tabel 4.20 Hasil Nilai Koefisien Determinasi (R^2) Persamaan Kedua	77
Tabel 4.21 Hasil Uji F Persamaan Pertama	79
Tabel 4.22 Hasil Uji F.....	80
Tabel 4.23 Hasil kalkulator uji Sobel Hipotesis Kedelapan	88

Tabel 4.24	Hasil kalkulator uji Sobel Hipotesis Kesembilan	90
Tabel 4.25	Hasil kalkulator uji Sobel Hipotesis Kesepuluh	91
Tabel 4.26	Rekapitulasi Hasil Pengujian Hipotesis	92
Tabel 4.27	Nilai Rata-rata Butir Pernyataan Kuesioner Variabel loyalitas pelanggan.....	93
Tabel 4.28	Nilai Rata-rata Butir Pernyataan Kuesioner Variabel Emotional Branding	94
Tabel 4.29	Nilai Rata-rata Butir Pernyataan Kuesioner Nilai pelanggan	96
Tabel 4.30	Nilai Rata-rata Butir Pernyataan Kuesioner citra merek	97
Tabel 4.31	Nilai Rata-rata Butir Pernyataan Kuesioner Kepuasan pelanggan.....	99



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	29
Gambar 3.1. Kurva Uji F.....	44
Gambar 3.2. Kurva Uji t.....	47
Gambar 3.2 Kurva Uji t Positif.....	48
Gambar 3.2 Kurva Uji t Positif.....	49
Gambar 3.2 Kurva Uji t Positif.....	50
Gambar 3.2 Kurva Uji t Positif.....	51
Gambar 3.2 Kurva Uji t Positif.....	52
Gambar 3.2 Kurva Uji t Positif.....	53
Gambar 4.1 Kurva Hasil Uji F.....	80
Gambar 4.2 Kurva Hasil Uji F.....	81
Gambar 4.2 Kurva Hasil Uji t Hipotesis Kedua.....	82
Gambar 4.3 Kurva Hasil Uji t Hipotesis Ketiga.....	83
Gambar 4.4 Kurva Hasil Uji t Hipotesis Keempat.....	84

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 kuisisioner penelitian.....	111
Lampiran 2: data deskripsi responden.....	115
Lampiran 3: tabulasi data.....	119
Lampiran 4 hasil uji validitas spss.....	134
Lampiran 5 hasil uji reliabilitas spss.....	140
Lampiran 6 hasil uji normalitas spss persamaan 1.....	141
Lampiran 7 hasil uji multikolinearitas spss.....	142
Lampiran 8 hasil uji heteroskedastisitas spss.....	143
Lampiran 9 koefisien determinasi (r^2).....	144
Lampiran 10 sobel.....	146
Lampiran 11 tabel r.....	148
Lampiran 12 tabel f.....	153
Lampiran 13 tabel t.....	158