

## ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh *brand experience* dan *brand image* terhadap *brand loyalty* dengan *brand trust* sebagai variabel *intervening* pada pengguna sepatu futsal Ortuseight di Kabupaten Kebumen. Responden pada penelitian ini adalah pengguna sepatu futsal Ortuseight di Kabupaten Kebumen dengan jumlah responden 100 orang. Penelitian ini menggunakan metode *non-probability sampling* berbentuk *purposive sampling* dengan bantuan program SPSS versi 26 for windows. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *brand experience* berpengaruh signifikan terhadap *brand trust*, *brand image* berpengaruh signifikan terhadap *brand trust*, *brand experience* berpengaruh signifikan terhadap *brand loyalty*, *brand image* tidak berpengaruh signifikan terhadap *brand loyalty*, *brand trust* berpengaruh signifikan terhadap *brand loyalty*, *brand trust* dapat memediasi *brand experience* terhadap *brand loyalty*, dan *brand trust* dapat memediasi *brand image* terhadap *brand loyalty* pada pengguna sepatu futsal Ortuseight.

Kata kunci: *Brand Experience, Brand Image, Brand Loyalty, Brand Trust.*



## **ABSTRACT**

*The purpose of this research is to analyze the influence of brand experience and brand image on brand loyalty with brand trust as an intervening variable among Ortuseight futsal shoe users in Kebumen Regency. Respondents in this research were Ortuseight futsal shoe users in Kebumen Regency with a total of 100 respondents. This research used a non-probability sampling method in the form of purposive sampling with the help of the SPSS version 26 for windows program. The results of this research show that the brand experience variable has a significant effect on brand trust, brand image has a significant effect on brand trust, brand experience has a significant effect on brand loyalty, brand image does not have a significant effect on brand loyalty, brand trust has a significant effect on brand loyalty, brand trust can mediate brand experience on brand loyalty, and Brand trust can mediate brand image towards brand loyalty in Ortuseight futsal shoe users.*

**Keywords:** *Brand Experience, Brand Image, Brand Loyalty, Brand Trust.*



## **HALAMAN MOTTO**

“Hidup itu membuat cerita dan akhirnya menjadi cerita”



## HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan rasa syukur mendalam telah diselesaikannya Skripsi ini. Penulis mempersembahkannya kepada:

1. Kedua orangtua saya tercinta, Bapak Sugiman dan Ibu Widayatun yang selalu memberikan support serta selalu mendoakan yang terbaik untuk anak bungsunya.
2. Saudara kandung saya yang telah memberikan motivasi dan semangat terutama mbakku tersayang Fenti Riani.
3. Sahabat seperjuangan skripsi yang selalu menemani dan memberikan motivasi.
4. Segenap civitas akademika kampus Universitas Putra Bangsa Kebumen, staf pengajar, karyawan, dan seluruh mahasiswa semogatetap semangat dalam beraktivitas di kampus Universitas Putra Bangsa Kebumen.
5. Teman-teman seperjuangan kelas Manajemen Reguler F, Angkatan 2020 serta semua pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi saya.

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh *Brand Experience* dan *Brand Image* terhadap *Brand Loyalty* dengan *Brand Trust* Sebagai Variabel *Intervening* (Studi pada Pengguna Sepatu Futsal Ortuseight di Kabupaten Kebumen)”.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Manajemen pada program Studi Manajemen Universitas Putra Bangsa Kebumen. Skripsi ini merupakan salah satu tolakukur keberhasilan penulis dalam mengimplementasikan ilmu yang didapat pada bangku perkuliahan dengan realita kehidupan khususnya dalam bidang penelitian ilmiah. Penulis telah menyusun skripsi ini dengan segenap kemampuan yang ada, menggunakan analisis berdasarkan teori serta bantuan beberapa *literature*. Namun penulis sangat sadar bahwa dalam penulisan ini tentu masih banyak kekurangan yang perlu diperbaiki, itu semua dikarenakan masih dangkalnya ilmu pengetahuan yang ada pada diri penulis.

Pada kesempatan ini penulis juga mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan fisik, memberikan bantuan tenaga, bantuan pikiran, bantuan motivasi dan dorongan dalam penyusunan dan penyelesaian skripsi ini. Penulis bermaksud menyampaikan terimakasih kepada:

1. Ibu Nur Khasanah, S.E., M.Si., M.M selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan pengarahan dan bimbingan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

2. Kedua orang tua tercinta, Bapak Sugiman dan Ibu Widayatun yang selalu mendoakan, mendidik, memotivasi, dan memperjuangkan segala kemampuan untuk putra putrinya mendapatkan ilmu dan pendidikan yang baik.
3. Segenap dosen dan civitas akademika Universitas Putra Bangsa Kebumen yang memberikan ilmu-ilmu melalau kegiatan mengajar.
4. Semua responden yang telah bersedia meluangkan waktu dan memberikan waktunya kepada penulis untuk keperluan data yang diperlukan untuk penulisan skripsi.
5. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu yang turut membantu terselesaikannya skripsi ini.

Semoga Allah SWT memberikan balasan dan pahala kepada semua pihak yang telah membantu dan mendukung penulis. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan dan masih jauh dari sempurna. Semoga dengan selesainya penyusunan skripsi ini dapat bermanfaat dan berguna bagi semua pihak yang berkepentingan.

Kebumen, 12 Agustus 2024

Penulis

Widya Nur Annisa

NIM 205504366

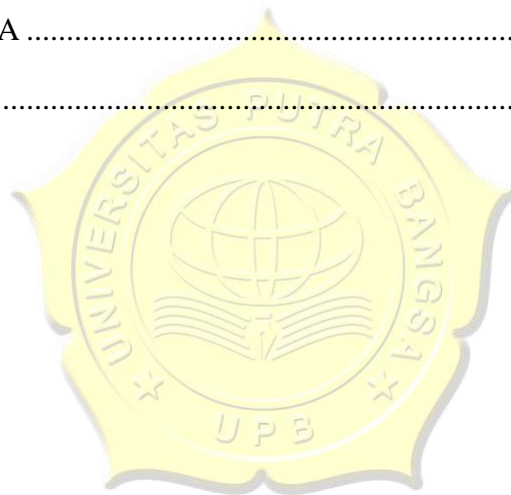
## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMBUNG DEPAN .....	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN UJIAN .....	iv
HALAMAN BEBAS PLAGIARISME.....	v
HALAMAN MOTTO .....	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vii
ABSTRAKSI.....	viii
<i>ABSTRACT</i> .....	ix
KATA PENGANTAR .....	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR .....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xviii
BAB I .....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	9
1.3. Batasan Masalah.....	10
1.4. Tujuan Penelitian.....	13
1.5. Manfaat Penelitian.....	14
BAB II.....	15
KAJIAN PUSTAKA.....	15

2.1.	Tinjauan Teori .....	15
2.1.1.	<i>Brand Loyalty</i> (Loyalitas Merek).....	15
2.1.2.	<i>Brand Trust</i> (Kepercayaan Merek) .....	21
2.1.2.	<i>Brand Experience</i> (Pengalaman Merek) .....	27
2.1.3.	<i>Brand Image</i> (Citra Merek).....	33
2.2.	Penelitian Terdahulu.....	36
2.3.	Hubungan Antar Variabel.....	45
2.4.	Model Empiris .....	52
2.5.	Hipotesis .....	53
BAB III.....		55
METODE PENELITIAN .....		55
3.1.	Objek dan Subjek Penelitian .....	55
3.1.1	Objek Penelitian.....	55
3.1.2.	Subjek Penelitian.....	55
3.2.	Variabel Penelitian .....	55
3.3.	Definisi Operasional Variabel .....	56
3.4.	Instrumen atau Alat Pengumpulan Data.....	60
3.5.	Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	62
3.5.1.	Jenis Data.....	62
3.5.2.	Teknik Pengumpulan Data .....	63
3.6.	Populasi dan Sampel.....	63
3.7.	Teknik Analisis.....	65
BAB IV .....		78
ANALISIS DAN PEMBAHASAN .....		78
4.1.	Analisis Deskriptif.....	78



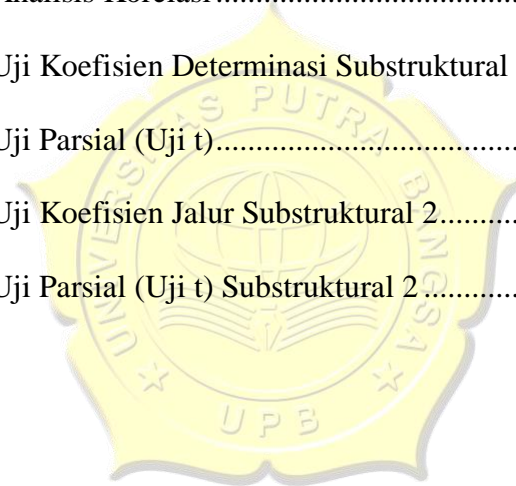
4.2. Analisis Statistik.....	82
4.3. Pembahasan.....	106
BAB V.....	113
SIMPULAN .....	113
5.1. Simpulan.....	113
5.2. Keterbatasan .....	115
5.3. Implikasi.....	116
5.3.1 Implikasi Praktis .....	116
5.3.2 Implikasi Teoritis.....	119
DAFTAR PUSTAKA .....	124
LAMPIRAN.....	128



## DAFTAR TABEL

Tabel I - 1 Hasil Observasi Pengguna Sepatu Futsal di Kabupaten Kebumen.....	3
Tabel I - 2 Hasil Observasi Tempat Pembelian Sepatu Futsal .....	4
Tabel I - 3 Data Penjualan Sepatu Futsal di Fantasy Store Kebumen .....	4
Tabel I - 4 Faktor yang mempengaruhi brand loyalty pada pengguna sepatu futsal Ortuseight di Kabupaten Kebumen .....	6
Tabel II- 1 Ringkasan Penelitian Terdahulu .....	44
Tabel III- 1 Indikator dan Distribusi Variabel Brand Loyalty .....	57
Tabel III- 2 Indikator dan Distribusi Variabel Brand Trust .....	58
Tabel III- 3 Indikator dan Distribusi Variabel Brand Experience.....	59
Tabel III- 4 Indikator dan Distribusi Variabel Brand Image.....	60
Tabel III- 5 Interpretasi Koefisien Korelasi Nilai r.....	74
Tabel IV- 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	79
Tabel IV- 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	80
Tabel IV- 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pekerjaan .....	81
Tabel IV- 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan .....	82
Tabel IV- 5 Hasil Uji Validitas Variabel Brand Experience.....	83
Tabel IV- 6 Hasil Uji Validitas Variabel Brand Image.....	84
Tabel IV- 7 Hasil Uji Validitas Variabel Brand Trust .....	85
Tabel IV- 8 Hasil Uji Validitas Variabel Brand Loyalty .....	85
Tabel IV- 9 Hasil Uji Reliabilitas .....	86
Tabel IV- 10 Hasil Uji Multikolinieritas Substruktural 1 .....	87
Tabel IV- 11 Hasil Uji Multikolinieritas Substruktural 2 .....	87

Tabel IV- 12 Hasil Uji Heteroskedastisitas Substruktural 1 Uji Glejser .....	88
Tabel IV- 13 Hasil Uji Heteroskedastisitas Substruktural 2 Uji Glejser .....	89
Tabel IV- 14 Hasil Uji Normalitas Substruktural 1 .....	90
Tabel IV- 15 Hasil Uji Normalitas Substruktural 2 .....	90
Tabel IV- 16 Hasil Uji Parsial (Uji t) Substruktural 1 .....	92
Tabel IV- 17 Hasil Uji Parsial (Uji t) Substruktural 2 .....	93
Tabel IV- 18 Hasil Koefisien Determinasi Substruktural 1 .....	97
Tabel IV- 19 Hasil Koefisien Determinasi Substruktural 2 .....	97
Tabel IV- 20 Hasil Analisis Korelasi .....	98
Tabel IV- 21 Hasil Uji Koefisien Determinasi Substruktural 1 .....	99
Tabel IV- 22 Hasil Uji Parsial (Uji t) .....	100
Tabel IV- 23 Hasil Uji Koefisien Jalur Substruktural 2 .....	101
Tabel IV- 24 Hasil Uji Parsial (Uji t) Substruktural 2 .....	102



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Pengalaman Konsumen terhadap suatu merek.....	30
Gambar 2. 2 Model Empiris.....	53
Gambar 4. 1 Diagram Jalur .....	105



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuisisioner Penelitian

Lampiran 2. Data Responden

Lampiran 3. Tabulasi Data

Lampiran 4. Hasil Uji Validitas

Lampiran 5. Hasil Uji Reliabilitas

Lampiran 6. Hasil Uji Asumsi Klasik

Lampiran 7. Hasil Uji Hipotesis

Lampiran 8. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Lampiran 9. Hasil Uji Korelasi

Lampiran 10. Tabel r

Lampiran 11. T Tabel

Lampiran 12. Kartu Bimbingan

Lampiran 13. Kartu Seminar

