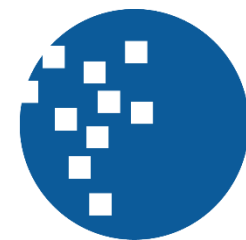


**PENGARUH *BRAND SATISFACTION*, *EMOTIONAL BRAND ATTACHMENT*, DAN *BRAND LOVE* TERHADAP *BRAND LOYALTY* ;
(STUDI PADA KONSUMEN SEPATU BATA)**



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Skripsi

Aurelius Leonardo Surya Adhiprasetyo Boyoh

00000064593

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
BISNIS
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2025**

**PENGARUH *BRAND SATISFACTION*, *EMOTIONAL BRAND ATTACHMENT*, DAN *BRAND LOVE* TERHADAP *BRAND LOYALTY* ;
(STUDI PADA KONSUMEN SEPATU BATA)**



Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Manajemen

Aurelius Leonardo Surya Adhiprasetyo Boyoh

00000064593

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

BISNIS

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2025

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Aurelius Leonardo Surya Adhiprasetyo Boyoh
NIM : 00000064593
Program studi : Manajemen

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tesis/Skripsi/Tugas Akhir/Laporan Magang/MBKM saya yang berjudul: *PENGARUH BRAND SATISFACTION, EMOTIONAL BRAND ATTACHMENT, DAN BRAND LOVE TERHADAP BRAND LOYALTY* ; STUDI PADA KONSUMEN SEPATU BATA merupakan hasil karya saya sendiri, bukan merupakan hasil plagiat, dan tidak pula dituliskan oleh orang lain; Semua sumber, baik yang dikutip maupun dirujuk, telah saya cantumkan dan nyatakan dengan benar pada bagian Daftar Pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti ditemukan kecurangan/penyimpangan, baik dalam pelaksanaan skripsi maupun dalam penulisan laporan karya ilmiah, saya bersedia menerima konsekuensi untuk dinyatakan TIDAK LULUS. Saya juga bersedia menanggung segala konsekuensi hukum yang berkaitan dengan tindak plagiarisme ini sebagai kesalahan saya pribadi dan bukan tanggung jawab Universitas Multimedia Nusantara.

UNIVERSITA
MULTIMEDI
NUSANTARA

Tangerang, 10 Juni 2025



(Aurelius Leonardo Surya Adhiprasetyo Boyoh)

HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi dengan judul

**PENGARUH *BRAND SATISFACTION, EMOTIONAL BRAND ATTACHMENT, DAN BRAND LOVE* TERHADAP *BRAND LOYALTY* ;
(STUDI PADA KONSUMEN SEPATU BATA)**

Oleh

Nama : Aurelius Leonardo Surya Adhiprasetyo .B
NIM : 00000064593
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Bisnis

Telah disetujui untuk diajukan pada
Sidang Ujian Skripsi Universitas Multimedia Nusantara

Tangerang, 10 Juni 2025

Pembimbing


Dr. Rajesh Pratyap Singh, S.S.,
M.M., NIDN: 0430107605

Ketua Program Studi Manajemen


Purnamaningsih, S.E., M.S.M., C.B.O
NIDN: 0323047801

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul

**PENGARUH BRAND SATISFACTION, EMOTIONAL BRAND
ATTACHMENT, DAN BRAND LOVE TERHADAP BRAND LOYALTY ;
STUDI PADA KONSUMEN SEPATU BATA**

Oleh

Nama : Aurelius Leonardo Surya Adhiprasetyo .B
NIM : 00000064593
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Bisnis

Telah diujikan pada hari Jumat, 20 Juni 2025

Pukul 15.30 s.d 17.00 dan dinyatakan

LULUS

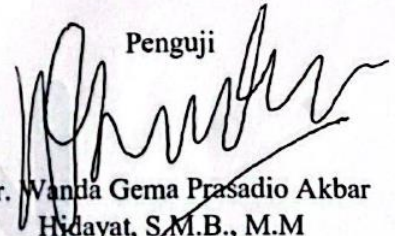
Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang



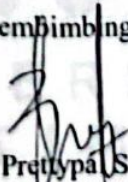
Dr. Mohammad Annas, S.Tr.Par.,
M.M., CSCP,
NIDN : 0312087404

Penguji



Dr. Wanda Gema Prasadio Akbar
Hidayat, S.M.B., M.M
NIDN: 0705069103

Pembimbing



Dr. Rajesh Preetlypal Singh, S.S.,
M.M. NIDN: 0430107605

Ketua Program Studi Manajemen



Purnamaningsih, S.E., M.S.M., C.B.O
NIDN: 0323047801

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH MAHASISWA

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Aurelius Leonardo Surya Adhiprasetyo .B
NIM : 00000064593
Program Studi : Manajemen
Jenjang : S1
Judul Karya Ilmiah : **Pengaruh *Brand Satisfaction*, *Emotional Brand Attachment*, Dan *Brand Love Terhadap Brand Loyalty* ; Studi Pada Konsumen Sepatu Bata**

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa saya bersedia:

- ☒ Saya bersedia memberikan izin sepenuhnya kepada Universitas Multimedia Nusantara untuk mempublikasikan hasil karya ilmiah saya ke dalam repositori Knowledge Center sehingga dapat diakses oleh Sivitas Akademika UMN/Publik. Saya menyatakan bahwa karya ilmiah yang saya buat tidak mengandung data yang bersifat konfidensial.
- ☐ Tidak bersedia mempublikasikan hasil karya ilmiah ini ke dalam repositori Knowledge Center, dikarenakan: dalam proses pengajuan publikasi ke jurnal/konferensi nasional/internasional (dibuktikan dengan *letter of acceptance*) **.
- ☐ Lainnya, pilih salah satu:
- ☒ Hanya dapat diakses secara internal Universitas Multimedia Nusantara
- ☐ Embargo publikasi karya ilmiah dalam kurun waktu 3 tahun.

Tangerang, 10 Juni 2025

(Aurelius Leonardo Surya Adhiprasetyo Boyoh)

KATA PENGANTAR

(Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas selesainya penulisan karya ilmiah dengan judul: "Pengaruh *Brand Satisfaction*, *Emotional Brand Attachment*, Dan *Brand Love* Terhadap *Brand Loyalty* ; Studi Pada Konsumen Sepatu Bata", yang disusun untuk memenuhi salah satu syarat mencapai gelar Sarjana Jurusan Manajemen pada Fakultas Bisnis Universitas Multimedia Nusantara.

Penulis menyadari bahwa terselesainya karya ilmiah ini tidak terlepas dari bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

Mengucapkan terima kasih

1. Bapak Dr. Ir. Andrey Andoko, M.Sc., selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Ibu Prof Dr. Florentina Kurniasari T, S.Sos, selaku Dekan Fakultas Universitas Multimedia Nusantara.
3. Ibu Purnamaningsih, S.E., M.S.M., C.B.O., selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Multimedia Nusantara.
4. Bapak Dr. Rajesh Prettypal Singh, S.S., M.M., sebagai Pembimbing pertama yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya tugas akhir ini.
5. Keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
6. Kepada Saudara Muhammad Cahya Firdaus, Rizky Axel, Reyno Widiaphilberto, Wini Assifa Kusuma teman-teman yang sejak semester 1 yang selalu memberikan dukungan hingga jelang sidang skripsi.

Dengan demikian, penulis dengan penuh keterbukaan menerima segala bentuk kritik dan masukan yang konstruktif untuk perbaikan di masa yang akan datang. Sebagai penutup, penulis berharap agar Tugas Akhir ini dapat memberikan kontribusi yang bermanfaat, tidak hanya bagi penulis secara pribadi, tetapi juga bagi para pembaca, kalangan akademisi, serta pihak-pihak lain yang memiliki kepentingan terkait.

Tangerang, 10 Juni 2025

(Aurelius Leonardo Surya Adhiprasetyo Boyoh)



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

**PENGARUH *BRAND SATISFACTION*, *EMOTIONAL BRAND ATTACHMENT*, DAN *BRAND LOVE* TERHADAP *BRAND LOYALTY* ;
(STUDI PADA KONSUMEN SEPATU BATA)**

Aurelius Leonardo Surya Adhiprasetyo Boyoh

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Brand Satisfaction* terhadap *Brand Loyalty* melalui *Brand Love* dan *Emotional Brand Attachment* sebagai variabel mediasi pada konsumen merek sepatu Bata di Indonesia. Dalam industri retail sepatu yang sangat kompetitif, loyalitas konsumen menjadi faktor kunci keberlangsungan merek. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei, mengumpulkan data dari 150 responden yang merupakan pengguna aktif sepatu Bata. Teknik analisis data dilakukan melalui Structural Equation Modeling (SEM) berbasis Partial Least Squares (PLS). Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Brand Satisfaction* tidak berpengaruh terhadap *Brand Loyalty*. *Brand Satisfaction* memiliki pengaruh signifikan terhadap *Brand Love* dan *Emotional Brand Attachment*. Selanjutnya *Emotional Brand Attachment* dan *Brand Love* berpengaruh positif terhadap *Brand Loyalty*. Temuan ini menegaskan bahwa keterikatan emosional dan rasa cinta terhadap merek menjadi penghubung penting antara kepuasan dan loyalitas.

Kata kunci: Brand Satisfaction, Brand Love, Emotional Brand Attachment, Brand Loyalty, Bata, Loyalitas Konsumen

**PENGARUH *BRAND SATISFACTION*, *EMOTIONAL BRAND ATTACHMENT*, DAN *BRAND LOVE* TERHADAP *BRAND LOYALTY* ;
(STUDI PADA KONSUMEN SEPATU BATA)**

Aurelius Leonardo Surya Adhiprasetyo Boyoh

ABSTRACT (English)

This study aims to analyze the effect of Brand Satisfaction on Brand Loyalty through Brand Love and Emotional Brand Attachment as mediating variables on Bata shoe brand consumers in Indonesia. In the highly competitive shoe retail industry, consumer loyalty is a key factor in brand sustainability. This study uses a quantitative approach with a survey method, collecting data from 150 respondents who are active users of Bata shoes. The data analysis technique was carried out through Structural Equation Modeling (SEM) based on Partial Least Squares (PLS). The results showed that Brand Satisfaction had no effect on Brand Loyalty. Brand Satisfaction had a significant effect on Brand Love and Emotional Brand Attachment. Furthermore, Emotional Brand Attachment and Brand Love had a positive effect on Brand Loyalty. This finding confirms that the existence of emotions and a sense of love for a brand is an important link between satisfaction and loyalty.

Keywords: *Brand Satisfaction, Brand Love, Emotional Brand Attachment, Brand Loyalty, Bata, Consumer Loyalty*

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH MAHASISWA	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	viii
<i>ABSTRACT (English)</i>	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah dan Pertanyaan Penelitian	9
1.3 Tujuan Penelitian	11
1.4 Manfaat Penelitian	11
1.5 Batasan Penelitian	13
1.6 Sistematika Penulisan	13
BAB II LANDASAN TEORI	15
2.1 <i>Theory of Planned Behaviour</i>	15
2.1.1 Brand Satisfaction	16

2.1.2	Emotional Brand Attachment	17
2.2	Model Penelitian	21
	Gambar 2.1 Model Penelitian (Ghorbanzadeh dan Rahehagh 2021)	21
2.3	Hipotesis	21
2.4	Penelitian Terdahulu	30
BAB III	METODOLOGI PENELITIAN	42
3.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	42
3.1.1	Bata	42
3.2	Desain Penelitian	45
3.3	Populasi dan Sampel Penelitian	48
3.3.1	Populasi	48
3.3.2	Sampel	50
3.4	Teknik Pengumpulan Data	51
3.5	Operasionalisasi Variabel	52
3.6	Teknik Analisis Data	55
3.6.1	Uji Validitas dan Reliabilitas	55
3.6.2	Analisis Data Penelitian	56
3.6.3	Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	57
BAB IV	ANALISIS DAN PEMBAHASAN	61
4.1	Karakteristik Responden	61
4.3	Uji Instrumen <i>Pre Test</i>	68
4.4	Uji Instrumen <i>Main Test</i>	71
BAB V	SIMPULAN DAN SARAN	89
5.1	Simpulan	89
5.2	Saran	90
DAFTAR PUSTAKA		93
LAMPIRAN		96

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	28
Tabel 3.1 Operasional Variabel	35
Tabel 4.1 Statistik Deskriptif Variabel Penelitian	47
Tabel 4.2 Uji Validitas Pre-Test.....	49
Tabel 4.3 Uji Reliabilitas Pre-Test.....	50
Tabel 4.4 Convergent Validity	51
Tabel 4.5 Discriminant Validity	52
Tabel 4.6 Fornell-Larcker	53
Tabel 4.7 Uji Reliabilitas	54
Tabel 4.8 R-Square	55
Tabel 4.9 Uji Hipotesis	56



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Penurunan Penjualan Sepatu Bata	15
Gambar 1.2 Data Penjualan Sepatu di Indonesia.....	16
Gambar 1.3 Data Penurunan Penjualan Bata Akibat Pandemi Covid-19	17
Gambar 2.1 Model Penelitian (Ghorbanzadeh dan Rahehagh 2021).....	30
Gambar 3.1 Logo Bata	34
Gambar 4.1 Jumlah Responden Berdasarkan Usia.....	44
Gambar 4.2 Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	45
Gambar 4.3 Jumlah Responden Berdasarkan Pendidikan	46
Gambar 4.4 Jumlah Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan	47
Gambar 4.5 Measurement Model.....	50



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Nama Lampiran	96
--------------------------------	----



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA