



**PENGARUH *BRAND PERSONALITY* TERHADAP *CUSTOMER*  
*LOYALTY* MELALUI MEDIASI VARIABEL *BRAND TRUST*  
PADA PENGGUNA SNEAKERS KAUM  
MILENIAL DI JAKARTA**

**TUGAS AKHIR**

**Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan Program  
Sarjana (S1) Pada Program Studi Psikologi**

**UNIVERSITAS  
MERCU BUANA**  
Oleh: Nanda Ayu Putri

**46119010021**

**PROGRAM STUDI PSIKOLOGI**

**FAKULTAS PSIKOLOGI**

**UNIVERSITAS MERCU BUANA**

**JAKARTA**

**2023**



**PENGARUH *BRAND PERSONALITY* TERHADAP *CUSTOMER  
LOYALTY* MELALUI MEDIASI VARIABEL *BRAND TRUST*  
PADA PENGGUNA SNEAKERS KAUM  
MILENIAL DI JAKARTA**

**TUGAS AKHIR**

**Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan Program  
Sarjana (S1) Pada Program Studi Psikologi**

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA  
Oleh: Nanda Ayu Putri

**46119010021**

**PROGRAM STUDI PSIKOLOGI**

**FAKULTAS PSIKOLOGI**

**UNIVERSITAS MERCU BUANA**

**JAKARTA**

**2023**

## HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nanda Ayu Putri  
NIM : 46119010021  
Program Studi : Psikologi  
Judul Laporan Skripsi : Pengaruh *Brand Personality* terhadap *Customer Loyalty* melalui Mediasi Variabel *Brand Trust* pada Pengguna Sneakers Kaum Milenial di Jakarta

Menyatakan bahwa Laporan Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan bukan plagiat, serta semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk saya nyatakan dengan benar. Apabila ternyata ditemukan di dalam Laporan Skripsi saya terdapat plagiat, maka saya siap mendapatkan sanksi akademis yang berlaku di Universitas Mercu Buana.

Jakarta, 8 Februari 2023

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA



(Nanda Ayu Putri)

## HALAMAN PENGESAHAN UNTUK PROGRAM PASCA SARJANA

### HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Nanda Ayu Putri  
NIM : 46119010021  
Program Studi : S1 Psikologi  
Judul Laporan Skripsi : Pengaruh *Brand Personality* terhadap *Customer Loyalty* melalui Mediasi Variabel *Brand Trust* pada Pengguna Sneakers Kaum Milenial di Jakarta

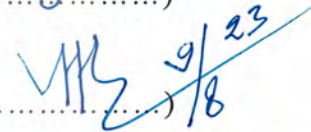
Telah berhasil dipertahankan pada sidang dihadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata 1 pada Program Studi Psikologi, Fakultas Psikologi Universitas Mercu Buana.

Disahkan oleh:

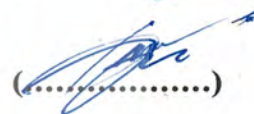
Pembimbing : Dr. Irfan Aulia Syaiful, M.Psi., Psikolog  
NIDN : 330058304

  
(.....)

Ketua Penguji : Dr. A.A Anwar Prabu Mangkunegara M.Si  
NIDN : 999041204

  
(.....) 9/8

Penguji : Drs. Agung Sigit Santoso., M.Si., Psikolog  
NIDN : 329046302

  
(.....)

Jakarta, ..... 2023

Mengetahui,

Dekan



(Laila Meiliyandrie Indah Wardani, Ph.D)

Ketua Program Studi



(Karisma Riskinanti, M.Psi., Psikolog)

## KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat-Nya, saya dapat menyelesaikan Skripsi ini. Penulisan Skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Psikologi pada Fakultas Psikologi Universitas Mercu Buana. 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 terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Andi Andriansyah, M.Eng selaku Rektor Universitas Mercu Buana
2. Ibu Laila Meiliyandrie Indah Wardani, Ph.D selaku Dekan Fakultas Universitas Mercu Buana
3. Ibu Yenny, M.Psi., Psi selaku Wakil Dekan Fakultas Psikologi Universitas Mercu Buana
4. Ibu Karisma Riskinanti, M.Psi., Psi selaku Ketua Program Studi Fakultas Psikologi Universitas Mercu Buana
5. Bapak Dhani Irmawan, S.Psi., M.Sc selaku Sekretaris Program Studi Fakultas Psikologi Universitas Mercu Buana
6. Ibu Dr. Arie Suciyan, M.Si selaku dosen Pembimbing Akademik, yang senantiasa membantu dalam proses perkuliahan
7. Bapak Dr. Irfan Aulia Syaiful, M.Psi., Psikolog selaku dosen Pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan skripsi ini
8. Bapak Dr. A.A Anwar Prabu Mangkunegara M.Si selaku ketua sidang dalam pelaksanaan sidang skripsi
9. Bapak Drs. Agung Sigit Santoso., M.Si., Psikolog selaku penguji dalam pelaksanaan sidang skripsi
10. Ibu Susanti Komala Sari, S.Sos selaku Kepala Bagian Tata Usaha Fakultas Psikologi Universitas Mercu Buana

11. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Psikologi Universitas Mercu Buana, yang telah memberikan ilmunya selama amsa perkualiahan
12. Mamah Evi dan Papah Anhar selaku orang tua, yang senantiasa memberikan do'a, motivasi, kasih sayang, dukungan secara moril ataupun materil selama proses penyusunan Tugas Akhir
13. Dimas Angga S.E dan Mas Andi Surya Putra S.I.Kom selaku kaka, yang senantiasa membantu mencari bahan untuk Tugas Akhir ini
14. Novi dan Ulfa selaku saudara, yang senantiasa menghibur dan turut membantu penyusunan skripsi ini terutama dalam penyebaran kuesioner
15. Gavina, Alya, Fatya, Nabila, Mia dan teman-teman angkatan 2019 yang tidak dapat disebutkan satu persatu. Terimakasih telah memberikan dukungan, masukan dan kerja samanya dalam proses penyusunan Tugas Akhir
16. Reyhan Savero Ibrahim selaku seseorang yang spesial, yang senantiasa bersabar menerima keluhan penulis, serta memberikan waktu luang untuk menemani proses penyusunan Tugas Akhir
17. Kepada para responden yang tidak dapat disebutkan satu per satu, terima kasih telah meluangkan waktu dan bersedia untuk mengisi kuesioner penelitian Tugas Akhir ini

Akhir kata, saya berharap Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Jakarta, 05 Agustus 2023

Penulis



**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR  
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas Akademik universitas Mercu Buana, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nanda Ayu Putri  
NIM : 46119010021  
Program Studi : Psikologi  
Judul Laporan Skripsi : Pengaruh *Brand Personality* terhadap *Customer Loyalty* melalui Mediasi Variabel *Brand Trust* pada Pengguna Sneakers Kaum Milenial di Jakarta

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, dengan ini memberikan izin dan menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Mercu Buana **Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non Exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul di atas beserta perangkat yang ada (jika diperlukan).

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Universitas Mercu Buana berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pengkalan data (*database*), merawal, dan mempublikasikan Laporan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, Juni 2023  
Yang menyatakan,



(Nanda Ayu Putri)

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR .</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xvi</b>
<b>BAB I.....</b>	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1    Latar Belakang .....	1
1.2    Rumusan Masalah .....	8
1.4    Manfaat Penelitian.....	9
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	9
1.4.2 Manfaat Praktis.....	9
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>10</b>
2.1.    Customer Loyalty .....	10
2.1.1    Definisi Customer Loyalty .....	10
2.1.2    Aspek-Aspek Customer Loyalty .....	10
2.1.3    Indikator Customer Loyalty .....	12
2.2. <i>Brand Personality</i> .....	13
2.2.1    Definisi <i>Brand Personality</i> .....	13
2.2.2    Aspek-aspek <i>Brand Personality</i> .....	13
2.2.3    Faktor-faktor yang mempengaruhi <i>Brand Personality</i> .....	15
2.2.4    Dampak <i>Brand Personality</i> .....	16



2.3.	Brand Trust.....	18
2.3.1	Definisi Brand Trust.....	18
2.3.2	Aspek-aspek Brand Trust.....	18
2.3.3	Faktor-faktor yang mempengaruhi Brand Trust .....	19
2.3.4	Indikator Brand Trust.....	21
2.4.	Generasi Milenial .....	21
2.4.1.	Definisi Generasi Milenial .....	21
2.4.2.	Karakteristik Generasi Milenial .....	21
2.4.3.	Umur Generasi Milenial Menurut Para Ahli.....	23
2.5.	Penelitian Terdahulu.....	24
2.5.1.	Pengaruh antara <i>brand personality</i> mediasi variabel <i>brand trust</i> .....	24
2.6.	Kerangka Berpikir .....	27
2.7.	Hipotesis.....	28
<b>BAB III</b>	<b>METODE PENELITIAN.....</b>	<b>29</b>
3.1.	Jenis Penelitian.....	29
3.2.	Variabel Penelitian .....	29
3.2.1.	Dependen Variabel Customer Loyalty.....	29
3.2.2.	Independen Variabel <i>Brand Personality</i> .....	29
3.2.3.	Variabel Mediasi Brand Trust.....	30
3.3.	Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling.....	30
3.3.1.	Populasi.....	30
3.3.2.	Sampel.....	30
3.3.3.	Teknik Sampling.....	30
3.4.	Teknik Pengumpulan Data .....	31
3.4.1.	Skala Ukur Customer Loyalty.....	31
3.4.2.	Skala Ukur <i>Brand Personality</i> .....	32
3.4.3.	Skala Ukur Brand Trust .....	32
3.5	Instrumen Penelitian.....	33
3.5.	Metode Analisis Data .....	33
3.6.1.	Uji Validitas .....	33

3.6.2. Uji Reliabilitas.....	34
3.6.3. Uji Asumsi Klasik .....	34
3.6.4. Uji Hipotesis.....	35
<b>BAB IV.....</b>	<b>37</b>
<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>37</b>
4.1 Karakteristik Responden .....	37
4.2 Deskripsi Responden.....	37
4.2.1 Tahun Kelahiran .....	37
4.2.2 Jenis Kelamin.....	38
4.2.3 Domisili/ Tempat Tinggal.....	38
4.3 Analisis Deskriptif.....	39
4.3.1 Skor Total .....	39
4.3.2 Kategorisasi .....	40
4.3.2.1 Kategorisasi Empirik .....	40
4.3.2.2 Hasil Kategorisasi Uji Hipotetik.....	41
4.4 Uji Validitas dan Reliabilitas .....	42
4.4.1 Uji Validitas.....	42
4.4.2 Uji Reliabilitas.....	42
4.4.2.1 Uji Reliabilitas <i>Brand Personality</i> .....	42
4.4.2.2 Uji Reliabilitas <i>Brand Trust</i> .....	42
4.4.2.3 Uji Reliabilitas <i>Customer Loyalty</i> .....	43
4.5 Uji Asumsi Klasik .....	43
4.5.1 Uji Normalitas.....	43
4.5.2 Uji Multikolinieritas .....	44
4.5.3 Uji Heteroskedastisitas .....	44
4.6 Hasil Uji Hipotesis .....	45
4.6.1 Regresi Linear Sederhana .....	45
4.6.2 Uji F. Hayes .....	47
4.7 Uji Tambahan .....	48
4.7.1 Uji Korelasi antar Dimensi .....	48

4.8 Pembahasan .....	50
<b>BAB V .....</b>	<b>56</b>
<b>KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>56</b>
5.1 Kesimpulan .....	56
5.2 Keterbatasan .....	57
5.3 Kelebihan .....	57
5.4 Saran .....	58
5.4.1 Saran Teoritis .....	58
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>59</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>64</b>



## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Periode Kelahiran Generasi Milenial Menurut Para Ahli.....	23
Tabel 2.2 Penelitian Pengaruh antara Brand Personality Mediasi Brand Trust.....	25
Tabel 3.1 Blue Print Customer Loyalty.....	33
Tabel 3.2 Blue Print Brand Personality.....	34
Tabel 3.3 Blue Print Brand Trust.....	35
Tabel 3.4 Skala Pengukuran Instrumen.....	35
Tabel 3.5 Hail Uji Reliabilitas.....	36
Tabel 4.1 Distribusi Berdasarkan Tahun Kelahiran.....	39
Tabel 4.2 Distribusi Berdasarkan Jenis Kelamin.....	40
Tabel 4.3 Distribusi Berdasarkan Domisili/ Tempat Tinggal.....	40
Tabel 4.4 Skor Total.....	41
Tabel 4.5 Distribusi Kategorisasi Empirik Brand Personality.....	41
Tabel 4.6 Distribusi Kategorisasi Empirik Brand Trust.....	42
Tabel 4.7 Distribusi Kategorisasi Empirik Customer Loyalty.....	42
Tabel 4.8 Distribusi Kategorisasi Hipotetik Brand Personality.....	42
Tabel 4.9 Distribusi Kategorisasi Hipotetik Brand Trust.....	43
Tabel 4.10 Distribusi Kategorisasi Hipotetik Customer Loyalty.....	43
Tabel 4.11 Uji Reliabilitas Brand Personality.....	44
Tabel 4.12 Uji Reliabilitas Brand Trust.....	44
Tabel 4.13 Uji Reliabilitas Customer Loyalty.....	44
Tabel 4.14 Hasil Uji Normalitas.....	45
Tabel 4.15 Hasil Uji Multikolinieritas.....	46
Tabel 4.16 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	46
Tabel 4.17 Hasil Uji Pengaruh X terhadap Z.....	47
Tabel 4.18 Hasil Uji Pengaruh Z terhadap Y.....	47
Tabel 4.19 Uji Pengaruh X terhadap Y.....	48
Tabel 4.20 Uji Korelasi Customer Loyalty antar dimensi.....	50

Tabel 4.21 Uji Korelasi Brand Personality antar dimensi.....	50
Tabel 4.22 Uji Korelasi Brand Trust antar dimensi.....	51



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir.....	30
Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas.....	45
Gambar 4.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	46
Gambar 4.2 Hasil Mediasi.....	48



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Output F.Hayes.....	61
Lampiran 2. Output Validitas Brand Personality.....	63
Lampiran 3. Output Validitas Brand Trust.....	64
Lampiran 4. Output Validitas Customer Loyalty.....	65
Lampiran 5. Lampiran Output Uji CFA Brand Personality.....	66
Lampiran 6. Lampiran Output Uji CFA Brand Trust.....	66
Lampiran 7. Lampiran Output Uji CFA Customer Loyalty.....	67
Lampiran 8. Kuesioner Penelitian.....	68

