

**PENGARUH INOVASI PRODUK DAN KESESUAIAN CITRA DIRI
TERHADAP LOYALITAS MEREK DENGAN MEREK PRESTISE
SEBAGAI VARIABEL *INTERVENING* (KAJIAN PADA PELANGGAN
BATIK DANAR HADI)**

SKRIPSI



**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

Nama : Melyana Saputri

NIM : 43113010116

**Program Studi Manajemen
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA**

2017

**PENGARUH INOVASI PRODUK DAN KESESUAIAN CITRA DIRI
TERHADAP LOYALITAS MEREK DENGAN MEREK PRESTISE
SEBAGAI VARIABEL *INTERVENING* (KAJIAN PADA PELANGGAN
BATIK DANAR HADI)**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi
Manajemen Universitas Mercu Buana Jakarta**



Nama : Melyana Saputri

NIM : 43113010116

**Program Studi Manajemen
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA**

2017

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Melyana Saputri
NIM : 43113010116
Program Studi : S1 Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya sendiri apabila saya mengutip dari hasil karya orang lain, maka saya mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenai sanksi pembatalan skripsi ini apabila terbukti melakukan tindakan plagiat (penjiplakan).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 29 Agustus 2017



Melyana Saputri

NIM: 43113010116

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Melyana Saputri
NIM : 43113010116
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Inovasi Produk Dan Kesesuaian Citra Diri Terhadap Loyalitas Merek Dengan Merek Prestise Sebagai Variabel *Intervening* (Kajian Pada Pelanggan Batik Danar Hadi)
Tanggal Lulus Ujian : 29 Agustus 2017

Disahkan Oleh:

Pembimbing Skripsi



Endi Rekarti, SE., ME

Tanggal : 8/9-2017

Ketua Penguji



Luna Haningsih, SE., ME

Tanggal : 8/9-2017

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Dr. Harnovinsah, Ak., M.Si., CA

Tanggal : 8/9-2017

Ketua Program Studi Manajemen S1



Dudi Permana, MM., Ph.D

Tanggal : 8/9-2017

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya kepada peneliti, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Pengaruh Inovasi Produk dan Kesesuaian Citra Diri Terhadap Loyalitas Merek Dengan Merek Prestise Sebagai Variabel *Intervening*“**. Skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana. Penulis menyadari sebagai manusia biasa dalam penelitian ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Penyusun skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak, khususnya Bapak Endi Rekartti, S.E., ME, selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat, pengetahuan dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat yang telah diberikan kepada penulis. Oleh karena itu, pada kesempatan kali ini penulis ingin berterima kasih pada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini terutama kepada:

1. Kedua orang tua tercinta Bapak Tabi'in dan Ibu Kharipah, Adik tercinta Nanang dan Almh. Anisa serta seluruh keluarga besar yang telah memberikan semangat, doa dan dukungan moral dan materil yang tiada henti-hentinya kepada penulis serta memberi semangat dan memberikan banyak inspirasi dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Dr. Ir. Arisetyanto Nugroho, MM selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
3. Dr. Harnovinsah, Ak., M.Si., CA selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
4. Dudi Permana, MM., Ph.D selaku Ketua Program Studi Manajemen S1 Universitas Mercu Buana.
5. Jajaran program studi Manajemen S1, Mochamad Soelton, S.Psi., MM dan Ryani Dhyhan Parashakti, SE., MM selaku Sekretaris I dan Sekretaris II Program Studi Manajemen S1 Universitas Mercu Buana.

6. Seluruh dosen dan staf Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang telah memberikan segenap ilmunya.
7. Seseorang yang saya sayangi Dhika Rizky Darmawan yang terus memberikan semangat dan selalu menemani selama 3 tahun ini. Terimakasih atas waktunya.
8. Sahabat tercinta, anak-anak GAGA yang sudah mensupport penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Teman-teman Naninu Adventure Iis, Dwi, Denny, Ridwan, Rendy, Rizki, Heru, Nova, Indra, Handoko, Mariya, Refky, Rimba, Putroy, Rahma, Sigit, Wisnu, Bobby, Bara, Anggi, Gandi, Mark, Kevin, Lemot dan Lisbut.
10. Pihak – pihak lain yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu. Terima kasih atas segala dukungan, motivasi dan doanya.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna dikarenakan terbatasnya pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki penulis. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi penulis dan pembaca pada umumnya. Akhir kata dengan segala ketulusan dan kerendahan diri, penulis mohon maaf apabila ada kesalahan dan kelemahan dalam skripsi ini.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 29 Agustus 2017



(Melyana Saputri)

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	ii
ABSTRAK	iii
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah Penelitian	12
C. Tujuan dan Kontribusi Penelitian	12

BAB II KAJIAN PUSTAKA, HIPOTESIS DAN RERANGKA KONSEPTUAL PENGEMBANGAN

A. Kajian Pustaka.....	15
1. Batik	15
2. Inovasi Produk	16
3. Kesesuaian Citra Diri (<i>Self-Image Congruity</i>)	21
4. Merek (<i>Brand</i>)	23
a. Manfaat Merek	23
5. Merek Prestise (<i>Brand Prestige</i>)	25
a. Definisi Merek Prestise.....	25
b. Dimensi Brand Prestise.....	26
6. Loyalitas Merek (<i>Brand Loyalty</i>)	29
a. Definisi Loyalitas Merek	29
b. Karakteristik Loyalitas Merek	30
c. Tingkatan Loyalitas Merek.....	31
d. Dimensi Loyalitas Merek	33
7. Penelitian Terdahulu	35

B. Hipotesis	36
C. Kerangka Pemikiran	42

BAB III METODE PENELITIAN

A. Waktu dan Tempat Penelitian	43
B. Desain Penelitian	43
C. Definisi dan Operasional Variabel	44
1. Defisini Variabel.....	44
2. Operasional Variabel	45
D. Pengukuran Variabel	49
E. Populasi dan Sampel Penelitian.....	50
1. Populasi	50
2. Sampel	50
F. Teknik Pengumpulan Data	51
G. Jenis Data Penelitian.....	52
H. Metode Analisis Data	52
1. SEM (Structural Equation Modeling)	52
2. Uji Kualitas Data	60
a. Uji Validitas	60
b. Uji Reliabilitas	60
c. Pengujian Hipotesis.....	62

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	63
1. Tempat dan Waktu Penelitian	65
2. Karakteristik Profil Responden	65
B. Analisis Deskriptif Variabel	71
C. Uji Validitas dan Realibilitas Variabel	75
1. Hasil Uji Validitas Variabel	75
2. Hasil Uji Reliabilitas Variabel	83
D. Uji Kecocokan Model Pengukuran	85
1. Uji Kecocokan Model Keseluruhan	85

2. Uji Kecocokan Model Struktural (Uji T)	87
3. Pengujian Hipotesis Penelitian.....	88
4. Model Struktural	90
E. Analisis Hasil Penelitian.....	92

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan	97
B. Saran	98

DAFTAR PUSTAKA	102
-----------------------------	------------

LAMPIRAN



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR TABEL

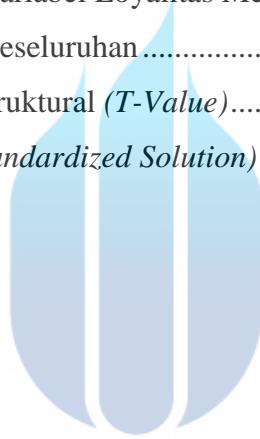
No.	Keterangan	Halaman
1. 1	Tabel Hasil Pra Survey	7
2. 1	Tabel Dimensi Brand Prestise	26
2. 2	Tabel Penelitian Sebelumnya	35
3. 1	Tabel Definisi Operasional Variabel	47
3. 2	Tabel Instrumen Skala Likert	49
3. 3	Tabel Goodness Of Fit Index.....	57
4. 1	Tabel Jenis Kelamin Responden	66
4. 2	Tabel Usia Responden	67
4. 3	Tabel Pendidikan Responden	68
4. 4	Tabel Pekerjaan Responden	68
4. 5	Tabel Pendapatan Responden.....	69
4. 6	Tabel Intensitas Per Enam Bulan.....	70
4. 7	Tabel Analisis Deskriptif Variabel Inovasi Produk.....	71
4. 8	Tabel Analisis Deskriptif Variabel Kesesuaian Citra Diri	73
4. 9	Tabel Analisis Deskriptif Variabel Prestise Merek	74
4.10	Tabel Analisis Deskriptif Variabel Loyalitas Merek.....	75
4.11	Tabel Uji Validitas Variabel Inovasi Produk	77
4.12	Tabel Uji Validitas Variabel Kesesuaian Citra Diri	79
4.13	Tabel Uji Validitas Variabel Prestise Merek	81
4.14	Tabel Uji Validitas Variabel Loyalitas Merek.....	82
4.15	Tabel Hasil Pengujian Reabilitas Instrumen Penelitian.....	84
4.16	Tabel Hasil Uji Kecocokan Model Pengukuran Keseluruhan	86
4.17	Tabel Hasil Uji Kecocokan Model Penelitian (T-Value)	88
4.18	Tabel Hasil Pengujian Hipotesis Penelitian.....	89

DAFTAR TABEL

No.	Keterangan	Halaman
1. 1	Tabel Hasil Pra Survey	7
2. 1	Tabel Dimensi Brand Prestise	26
2. 2	Tabel Penelitian Sebelumnya	35
3. 1	Tabel Definisi Operasional Variabel	47
3. 2	Tabel Instrumen Skala Likert	49
3. 3	Tabel Goodness Of Fit Index.....	57
4. 1	Tabel Jenis Kelamin Responden	66
4. 2	Tabel Usia Responden	67
4. 3	Tabel Pendidikan Responden	68
4. 4	Tabel Pekerjaan Responden	68
4. 5	Tabel Pendapatan Responden.....	69
4. 6	Tabel Intensitas Per Enam Bulan.....	70
4. 7	Tabel Analisis Deskriptif Variabel Inovasi Produk.....	71
4. 8	Tabel Analisis Deskriptif Variabel Kesesuaian Citra Diri	73
4. 9	Tabel Analisis Deskriptif Variabel Prestise Merek	74
4.10	Tabel Analisis Deskriptif Variabel Loyalitas Merek.....	75
4.11	Tabel Uji Validitas Variabel Inovasi Produk	77
4.12	Tabel Uji Validitas Variabel Kesesuaian Citra Diri	79
4.13	Tabel Uji Validitas Variabel Prestise Merek.....	81
4.14	Tabel Uji Validitas Variabel Loyalitas Merek.....	82
4.15	Tabel Hasil Pengujian Reabilitas Instrumen Penelitian.....	84
4.16	Tabel Hasil Uji Kecocokan Model Pengukuran Keseluruhan	86
4.17	Tabel Hasil Uji Kecocokan Model Penelitian (T-Value)	88
4.18	Tabel Intensitas Per Enam Bulan.....	70

DAFTAR GAMBAR

1.1	Merek-merek Batik Prestise Indonesia	4
1.2	Penjualan Damar Hadi	5
1.3	Market Share Batik Indonesia	5
2.1	Model Konseptual	42
4.1	Model Pengukuran Variabel Inovasi Produk	76
4.2	Model Pengukuran Variabel Kesesuaian Citra Diri	78
4.3	Model Pengukuran Variabel Prestise Merek	80
4.4	Model Pengukuran Variabel Loyalitas Merek Batik Damar Hadi	82
4.5	Model Pengukuran Keseluruhan	85
4.6	Model Kecocokan Struktural (<i>T-Value</i>)	87
4.7	Model Struktural (<i>Standardized Solution</i>)	91



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner	108
Lampiran 2 Hasil Kuesioner	115
Lampiran 3 Hasil Karakteristik Responden (SPSS).....	118
Lampiran 4 Uji Validitas.....	122
Lampiran 5 Uji Reliabilitas	126
Lampiran 6 Uji Kecocokan Model Keseluruhan	127
Lampiran 7 Uji Kecocokan Model Struktural (Uji T)	130



UNIVERSITAS
MERCU BUANA