

**PENGARUH *BRAND PERSONALITY* TERHADAP
*BRAND LOYALTY COFFEE SHOP UD MITRA***



SKRIPSI

Diajukan Sebagai Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

Kelvin Alexander Runtukahu

160906064

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

2023

HALAMAN PERSETUJUAN

PENGARUH *BRAND PERSONALITY* TERHADAP *BRAND LOYALTY*
COFFEESHOP UD MITRA

SKRIPSI

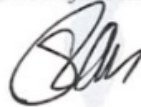
Disusun Guna Melengkapi Tugas Akhir Untuk Memenuhi Syarat Memperoleh Gelar
Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

disusun oleh :

KELVIN ALEXANDER RUNTUKAHU

160906064

disetujui oleh :



Alexander Beny Pramudyanto, M.Si.

Dosen Pembimbing

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

2023

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh *Brand Personality* terhadap *Brand Loyalty Coffee Shop* UD Mitra

Penyusun : Kelvin Alexander Runtukahu

NPM : 160906064

Telah diuji dan dipertahankan pada Sidang Ujian Skripsi yang diselenggarakan pada

Hari / Tanggal : Jumat, 27 Januari 2023

Pukul : 10.00 WIB

Tempat : Ruang Ujian FISIP

TIM PENGUJI

Desideria Cempaka W., S.Sos., MA., Ph.D.

Penguji Utama



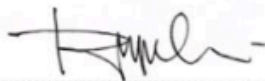
Alexander Beny Pramudyanto, S.Sos., M.Si.

Penguji I



Immanuel Dwi Asmoro Tunggal, S.I.Kom., M.I.Kom.

Penguji II



Ranggabumi Nuswantoro, MA

Ketua Program Studi S1 Ilmu Komunikasi

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Kelvin Alexander Runtukahu

NPM : 160906064

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : Pengaruh *Brand Personality* Terhadap *Brand Loyalty Coffee Shop*
UD Mitra

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini benar-benar hasil karya dan kerja saya sendiri. Skripsi ini bukan merupakan plagiasi, duplikasi maupun pencurian hasil karya orang lain.

Bila di kemudian hari diduga ada ketidaksesuaian antara fakta dengan pernyataan ini, saya bersedia untuk diproses oleh tim fakultas yang dibentuk untuk melakukan verifikasi. Bila terbukti bahwa terdapat plagiasi maupun bentuk ketidakjujuran lain, saya siap dan bersedia menerima sanksi berupa pencabutan kesarjanaan saya.

Pernyataan ini dibuat dengan penuh kesadaran sendiri dan tanpa tekanan maupun paksaan dari pihak manapun.

Yogyakarta, 9 Januari 2023

Saya yang menyatakan,



Kelvin Alexander Runtukahu

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini kupersembahkan kepada Tuhan Yesus Kristus yang telah membimbing dan menyertaiku dalam setiap langkah pengerjaan skripsi ini.

Skripsi ini juga kupersembahkan untuk keluargaku: Papa, Mama, Cici-cici, dan dedek yang sudah setia menemani dan menyemangati dari jauh. Semoga Tuhan selalu melindungi kalian

Kepada seluruh teman-temanku dan angkatan 2016, terima kasih sudah berjuang bersama hingga kita bisa menyelesaikan skripsi ini dengan baik!

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur peneliti ucapkan kepada Tuhan Yesus Kristus yang telah membimbing dan menyertai peneliti hingga akhirnya dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi ini dengan judul Pengaruh *Brand Personality* terhadap *Brand Loyalty Coffee Shop UD Mitra* sebagai syarat menyelesaikan Program Sarjana (S1) Fakultas Ilmu Sosial Politik Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Dalam penyusunan skripsi ini, penulis menghadapi banyak hambatan dan rintangan, namun pada akhirnya penulis bisa menyelesaikannya karena ada berbagai pihak yang memberi dukungan. Peneliti juga berterima kasih kepada semua pihak, berkat dukungan yang diberikan dari proses pembuatan proposal, penelitian, hingga pengerjaan skripsi ini. Tanpa adanya dukungan tersebut, peneliti tidak akan sanggup melanjutkan penelitian ini. Peneliti mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Kedua orang tua penulis yang selalu memberi dukungan untuk segera menyelesaikan penelitian ini dari jauh (kampung halaman di Batam). Terimakasih Mama dan Papa atas *wejangan* yang sudah diberikan dan juga menjadi penyemangat nomor satu bagi penulis.
2. Betrueda Stefanny Barselia Runtukahu, Melissa Elisabeth Runtukahu selaku kakak penulis dan Ignatius Alvin Roger William Runtukahu selaku adik penulis yang selalu memberikan banyak dukungan juga dari jarak jauh untuk mengerjakan skripsi dan segera menyelesaikannya. Terimakasih Cici dan Dedek.
3. Bapak Alexander Beny Pramudyanto, S.Sos., M.Si. selaku dosen pembimbing yang selalu sabar membimbing, mengingatkan untuk segera revisi, dan memberikan banyak ilmu yang berguna untuk penelitian dan juga masa depan. Terimakasih banyak untuk ilmunya, pak Beny.
4. Seluruh jajaran pengajar Dosen FISIP UAJY yang tidak mungkin penulis sebutkan satu persatu, terimakasih atas setiap ilmu yang diberikan, semoga penulis dapat memanfaatkannya dengan baik untuk masa depan.

5. Adelia Vania Kristiani, sahabat kesayangan dan teman hidup penulis yang selalu menemani penulis dari awal kuliah sampai dengan mengerjakan penelitian ini dari awal sampai selesai revisi. Tempat berkeluh kesah dan selalu memberi penghiburan serta semangat kepada penulis. Terimakasih banyak, *Love*.
6. Studio KALA, teman-teman seperjuangan dari awal kuliah di FISIP UAJY yang dipercaya penulis sampai bisa membangun *Creative Boutique* bersama sampai detik ini. Teruntuk Laumus Mikhael Ricky Pratama, Adit Winasputra, Atanasius Bagus Aji Kusuma, Angga Winasputra dan seluruh teman-teman studio Kala yang selalu memberikan semangat dan hiburan setiap harinya di kantor, panjang umur pertemanan dan solidaritas kita *Fellas!*
7. Essie dan Andronikus sahabat penulis dari SMA Yos Sudarso Batam yang juga bertemu di FISIP UAJY juga. Terimakasih untuk memberikan semangat dan motivasi untuk segera menyelesaikan penelitian ini.
8. Adi Pamulang (Ipam), Dendi Putra, Dayson Kaaro, Farah dan Ikong teman-teman satu kontrakan yang selalu memberi semangat dan motivasi kepada penulis melalui kata-kata yang sarkas. Keberadaan yang selalu menghibur saat penulis jenuh mengerjakan skripsi Terimakasih *House Mate!*
9. Oca Putri, Indra Gunawan (Bembut), Eduardus Bagus (Bagong) dan semua teman Angkatan 2016, teman-teman baik penulis dari awal semester sampai penulis bisa menyelesaikan studi. Terimakasih untuk *positive vibes* yang selalu diberikan!
10. Elizabeth Felia, adik tingkat satu kepanitiaan kampus yang selalu menyemangati untuk mengejar pengerjaan skripsi penulis. Terima kasih!
11. Seluruh pihak yang penulis tidak bisa sebutkan satu persatu karena keterbatasan penulis. Terimakasih atas semua bantuan, dukungan, dan semangat baik langsung maupun tidak langsung.

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam penulisan skripsi ini. Oleh karena itu, penulis memohon maaf dan membuka diri untuk kritikan dan saran yang membangun kualitas skripsi ini menjadi lebih baik. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat untuk penelitian selanjutnya, dan untuk kepentingan ilmu masa depan.

Yogyakarta, 6 Januari 2023

Penulis



KELVIN ALEXANDER RUNTUKAHU

No.Mhs : 160906064

**PENGARUH BRAND PERSONALITY TERHADAP BRAND LOYALTY
COFFEE SHOP UD MITRA**

ABSTRAK

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui pengaruh *brand personality* terhadap *brand loyalty coffee shop* UD Mitra. *Coffee shop* di Indonesia bertumbuh dengan pesat sehingga menyebabkan persaingan antar bisnis *coffee shop* menjadi ketat. *Coffee shop* harus memiliki daya tariknya tersendiri dengan membangun *brand personality* agar dapat bertahan dan memiliki pelanggan yang loyal. *Brand Personality* merupakan suatu komponen penting karena sebagai identitas suatu objek dan penting juga sebagai elemen dalam melakukan komunikasi (Akin et al., 2017). Ketika *brand personality* yang dibangun sudah cocok dengan kepribadian konsumennya maka secara terstruktur akan mempengaruhi terbentuknya asosiasi merek, *brand attachment*, kepercayaan merek dan loyalitas terhadap *brand* tersebut (Garanti & Kissi, 2019). Loyalitas merek juga dapat dipahami sebagai pola pembelian yang konsisten terhadap suatu merek serta sikap senang terhadap merek tersebut (Nurpriyanti & Hurriyati, 2016).

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif eksplanatif. Sebanyak 100 responden dikumpulkan dengan ketentuan merupakan konsumen dari *coffee shop* UD Mitra, data disebar dengan metode survei menggunakan kuesioner *online*. Penelitian ini menemukan bahwa terdapat pengaruh kuat yang mengikat atau positif antara *brand personality* terhadap *brand loyalty* sebesar 73%.

Kata kunci: *brand personality*, *brand loyalty*, *coffee shop*

DAFTAR ISI

JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR DIAGRAM	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian	8
D. Manfaat Penelitian	8
E. Kerangka Teori.....	9
1. <i>Brand</i>	9
2. <i>Brand Personality</i>	11
3. <i>Brand Loyalty</i>	15
F. Kerangka Konsep	20
G. Hubungan Antar Variabel	22
H. Hipotesis.....	23
I. Definisi Operasional.....	24
J. Metodologi Penelitian	28
1. Jenis Penelitian.....	28
2. Lokasi Penelitian.....	28
3. Populasi.....	28

4. Sampel dan Teknik Sampling	29
5. Skala Pengukuran.....	30
6. Teknik Analisis Data.....	30
7. Metode Analisis Data.....	33
BAB II	34
DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN.....	32
A. UD Mitra	38
B. Visi Misi UD Mitra	40
C. Lokasi UD Mitra	40
BAB III.....	41
TEMUAN DAN ANALISIS DATA	41
A. Analisis Deskriptif	41
B. Temuan Data	44
C. Pembahasan.....	84
BAB IV	94
KESIMPULAN DAN SARAN	94
A. Kesimpulan	94
B. Saran.....	95
DAFTAR PUSTAKA	97
LAMPIRAN.....	100

DAFTAR TABEL

TABEL 1 Definisi Operasional Variabel.....	24
TABEL 2 Skor Skala Likert.....	27
TABEL 3 Uji Validitas	31
TABEL 4 Uji Realibilitas.....	32
TABEL 5 Intepretasi Nilai Korelasi Pearson.....	30
TABEL 6 Jenis Kelamin Responden	42
TABEL 7 Umur Responden.....	42
TABEL 8 Pendidikan Responden	43
TABEL 9 Pendapatan Responden.....	43
TABEL 10 Distribusi Frekuensi Kesluruhan Jawaban Responden pada Variabel X .	45
TABEL 11 Skor Hasil Rata-Rata Jawaban Pertanyaan X1.....	47
TABEL 12 Skor Hasil Rata-Rata Jawaban Pertanyaan X2	48
TABEL 13 Skor Hasil Rata-Rata Jawaban Pertanyaan X3	49
TABEL 14 Skor Hasil Rata-Rata Jawaban Pertanyaan X4	51
TABEL 15 Skor Hasil Rata-Rata Jawaban Pertanyaan X5.....	52
TABEL 16 Skor Hasil Rata-Rata Jawaban Pertanyaan X6.....	53
TABEL 17 Skor Hasil Rata-Rata Jawaban I Pertanyaan X7	54
TABEL 18 Skor Hasil Rata-Rata Jawaban Pertanyaan X8	55
TABEL 19 Skor Hasil Rata-Rata Jawaban Pertanyaan X9	56
TABEL 20 Skor Hasil Rata-Rata Jawaban Pertanyaan X10.....	58
TABEL 21 Skor Hasil Rata-Rata Jawaban Pertanyaan X11.....	59
TABEL 22 Rangkuman Skor Hasil Rata-Rata Jawaban Pertanyaan Variabel X	60
TABEL 23 Distribusi Frekuensi Kesluruhan Jawaban Responden pada Variabel Y .	63
TABEL 24 Skor Hasil Rata-Rata Jawaban Pertanyaan Y1.....	64

TABEL 25 Skor Hasil Rata-Rata Jawaban Pertanyaan Y2.....	65
TABEL 26 Skor Hasil Rata-Rata Jawaban Pertanyaan Y3	66
TABEL 27 Skor Hasil Rata-Rata Jawaban Pertanyaan Y4.....	67
TABEL 28 Skor Hasil Rata-Rata Jawaban Pertanyaan Y5.....	68
TABEL 29 Skor Hasil Rata-Rata Jawaban Pertanyaan Y6	69
TABEL 30 Skor Hasil Rata-Rata Jawaban Pertanyaan Y7	70
TABEL 31 Skor Hasil Rata-Rata Jawaban Pertanyaan Y8	72
TABEL 32 Skor Hasil Rata-Rata Jawaban Pertanyaan Y9	73
TABEL 33 Skor Hasil Rata-Rata Jawaban Pertanyaan Y10.....	74
TABEL 34 Skor Hasil Rata-Rata Jawaban Pertanyaan Y11	75
TABEL 35 Skor Hasil Rata-Rata Jawaban Pertanyaan Y12	76
TABEL 36 Skor Hasil Rata-Rata Jawaban Pertanyaan Y13	77
TABEL 37 Rangkuman Skor Hasil Rata-Rata Jawaban Pertanyaan Variabel Y	78
TABEL 38 Intepretasi Nilai Korelasi Pearson.....	79
TABEL 39 RSquare	80
TABEL 40 Hasil Uji T	81
TABEL 40 Hasil Uji T	84

DAFTAR DIAGRAM

DIAGRAM 1 Hasil Rekapitulasi Nilai Rata-Rata Jawaban Responden Variabel X.. 86

DIAGRAM 2 Hasil Rekapitulasi Nilai Rata-Rata Jawaban Responden Variabel Y.. 91



DAFTAR GAMBAR

GAMBAR 1 Positngan Instagram UD Mitra.....	3
GAMBAR 2 Berbagai Kegiatan Anak Muda di UD Mitra.....	7
GAMBAR 3 Kerangka Konsepual.....	22
GAMBAR 4 Suasana UD Mitra	38

