

## **TUGAS AKHIR**

### **“ANALISIS PENGARUH *BRAND PERSONALITY* DALAM UPAYA MENINGKATKAN *BRAND LOYALTY* KONSUMEN *TAO KAE NOI FOOD* DI SURABAYA”**

Ditulis untuk memenuhi sebagai persyaratan akademik  
guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Strata Satu

Oleh:

**Nama : MUHAMMAD ALIMUL HAKIM**

**NPM : 01120150069**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS PELITA HARAPAN SURABAYA  
2018**



**UNIVERSITAS PELITA HARAPAN SURABAYA**  
**FAKULTAS EKONOMI**

---

**IDENTITAS TIM PENGUJI**

Judul : ANALISIS PENGARUH *BRAND PERSONALITY*  
DALAM UPAYA MENINGKATKAN *BRAND*  
*LOYALTY* KONSUMEN TAO KAE NOI FOOD DI  
SURABAYA

Nama Mahasiswa : Muhammad Alimul Hakim  
NPM : 01120150069  
Jurusan : Manajemen  
Peminatan : Internasional Bisnis Manajemen

**TIM PEMBIMBING**

Pembimbing 1 : Dr. Ronald S.T., M.M.  
Pembimbing 2 : Hananiel Menoverdi G, BA, M.BA

**TIM PENGUJI**

Ketua Tim Penguji : Dr. Ronald S.T., M.M.  
Sekretaris : Yanuar Dananjaya, B.Sc, MM.  
Anggota : Dr. Amelia S.E., RFP-I., M.M.



**UNIVERSITAS PELITA HARAPAN SURABAYA**  
**PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TUGAS AKHIR**

Saya mahasiswa Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Pelita Harapan Surabaya,

Nama Mahasiswa : Muhammad Alimul Hakim

Nomor Pokok Mahasiswa : 011201500569

Jurusan : Manajemen

Dengan ini menyatakan bahwa karya tugas akhir yang saya buat dengan judul  
**“ANALISIS PENGARUH *BRAND PERSONALITY* DALAM UPAYA  
MENINGKATKAN *BRAND LOYALTY* KONSUMEN TAO KAE NOI FOOD  
DI SURABAYA”**

adalah:

- 1) Dibuat dan diselesaikan sendiri, dengan menggunakan hasil kuliah, tinjauan lapangan dan buku – buku serta jurnal acuan yang tertera di dalam referensi pada karya tugas akhir saya
- 2) Bukan merupakan duplikasi karya tulis yang sudah dipublikasikan atau yang pernah dipakai untuk mendapat gelar sarjana di universitas lain, kecuali pada bagian-bagian sumber informasi dicantumkan dengan cara referensi yang semestinya
- 3) Bukan merupakan karya terjemahan dari kumpulan buku atau jurnal acuan yang tertera di dalam referensi pada karya tugas akhir saya

Kalau terbukti saya tidak memenuhi apa yang telah dinyatakan di atas, maka karya tugas akhir ini batal.

Surabaya, 3 Agustus 2018  
Yang membuat pernyataan



(Muhammad Alimul Hakim)



UNIVERSITAS PELITA HARAPAN SURABAYA  
FAKULTAS EKONOMI

**PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR**  
**ANALISIS PENGARUH *BRAND PERSONALITY* DALAM UPAYA**  
**MENINGKATKAN *BRAND LOYALTY* KONSUMEN TAO KAE NOI**  
**FOOD DI SURABAYA**

Oleh:

**Nama : Muhammad Alimul hakim**  
**NPM : 01120150069**  
**Jurusan : Manajemen**

Telah diperiksa dan disetujui untuk diajukan dan dipertahankan dalam ujian komprehensif guna mendapatkan gelar Sarjana Strata Satu Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Pelita Harapan Surabaya

Surabaya 3 Agustus 2018

Menyetujui:

**Pembimbing Utama**

**Dr. Ronald S.T., M.M.**

**Co-Pembimbing Supervisor**

**Hananiel Mennoverdi B.a., M.Ba**

**Ketua Jurusan Manajemen**

**Dr. Amelia S.E., RFP-I., M.M.**

**Executive Director**

**Dr. Ronald S.T., M.M.**





**UNIVERSITAS PELITA HARAPAN SURABAYA  
FAKULTAS EKONOMI**

**LEMBAR PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR**

Pada (hari Jum'at dan tanggal sidang 21 September 2018) telah diselenggarakan ujian komprehensif untuk memenuhi sebagian persyaratan akademik guna mencapai Gelar Sarjana Strata Satu Ekonomi Fakultas Jurusan Ekonomi Universitas Pelita Harapan Surabaya atas nama:

**Nama** : Muhammad Alimul Hakim  
**NPM** : 01120150069  
**Jurusan** : Manajemen

termasuk ujian Tugas Akhir yang berjudul "**ANALISIS PENGARUH *BRAND PERSONALITY* DALAM UPAYA MENINGKATKAN *BRAND LOYALTY* KONSUMEN TAO KAE NOI FOOD DI SURABAYA**" oleh tim penguji yang terdiri dari:

<b>Dewan Penguji</b>	<b>Status</b>	<b>Tanda tangan</b>
Dr. Ronald S.T., M.M.	sebagai Ketua Penguji, Pembimbing	
Yanuar Dananjaya B.Sc, MM.	sebagai Penguji	
Dr. Amelia S.E., RFP-I., M.M.	sebagai Penguji	

## **KATA PENGANTAR**

Pertama-tama penulis ingin mengucapkan puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang terus memberikan hikmat dan kesehatan yang luar biasa dalam menyelesaikan tugas akhir persyaratan akademik guna mengejar gelar studi yaitu Strata Satu Sarjana Ekonomi di Universitas Pelita Harapan Surabaya ini.

Penulis meyakini bahwa pengungkapan, penyajian, maupun penggunaan kata-kata dan bahasa pada penelitian ini dirasa masih sangat jauh dari sempurna. Oleh karena itu dengan segala kerendahan hati penulis mengharapkan saran, kritik dan segala bentuk pengarahannya dari semua pihak untuk perbaikan penelitian tugas akhir ini.

Pada kesempatan ini penulis juga ingin mengucapkan terima kasih yang begitu besar kepada pihak-pihak yang telah membantu dan mendukung atas terselesaikannya penelitian ini hingga akhir. Ucapan terima kasih ini khususnya ditujukan kepada:

1. Bapak Dr. Ronald S.T., M.M., selaku dosen pembimbing pertama yang telah mencurahkan perhatian yang begitu besar, tenaga, kasih sayang serta memberikan dorongan yang begitu tinggi kepada saya dari awal hingga penelitian ini dapat diselesaikan.
2. Bapak Hananiel Menoverdi G, BA, M.BA, selaku pembimbing akademik yang membantu banyak hal dalam kehidupan perkuliahan yang saya lalui selama berkuliah di UPH Surabaya, serta selaku dosen pembimbing kedua yang telah membantu dan memberikan saran-saran serta perhatian sehingga saya dapat menyelesaikan penelitian ini.
3. Ibu Amelia S.E., RFP-I., M.M., selaku dosen penguji pertama yang turut memberikan masukan dan arahan kepada penulis untuk penyelesaian penelitian ini.
4. Bapak Yanuar Dananjaya, B.Sc, MM., selaku dosen penguji kedua yang turut membantu saya dalam memberi masukan.
5. Keluarga saya, Bapak Nursalam Hurofiq, Ibu Istifah, kakak pertama Fairuzzabady, kakak kedua Hirzul amani, kakak ketiga Eliza Zuhriyah,

dan kakak keempat Ferli Miqdad yang senantiasa mendoakan, memberikan semangat dan dukungan dalam menyelesaikan penelitian ini.

6. Sahabat dan teman-teman saya dari bangku SMA dan perkuliahan yang sudah banyak membantu memberikan semangat dan doa dalam penyelesaian penelitian ini.
7. Pihak-pihak lain yang tidak dapat disebut satu persatu yang telah membantu penulis dalam penyusunan penelitian ini.

Hanya doa yang dapat penulis panjatkan semoga Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas semua kebaikan dan dukungan dari Bapak, Ibu, Saudara, dan teman-teman sekaligus. Semoga penelitian ini bisa bermanfaat terutama bagi diri pribadi penulis serta pihak-pihak yang berkepentingan dengan topik yang sama. Segala kritik dan saran atas penelitian ini tentunya akan sangat bermanfaat untuk penyempurnaan selanjutnya.

Surabaya, 3 Agustus 2018

Muhammad Alimul Hakim

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>HALAMAN IDENTITAS TIM PENGUJI TUGAS AKHIR</b> .....	ii
<b>LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR</b> .....	iii
<b>LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING</b> .....	iv
<b>LEMBAR PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR</b> .....	v
<b>HALAMAN IDENTITAS TIM PENGUJI TUGAS AKHIR</b> .....	v
<b>ABSTRAK</b> .....	vi
<b>ABSTRACT</b> .....	vii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	viii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	x
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xiv
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xv
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xvii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Batasan Penelitian .....	10
1.3 Rumusan Masalah .....	11
1.4 Tujuan Penelitian .....	11
1.5 Manfaat Penelitian .....	12
1.5.1 Manfaat Teoritis .....	12
1.5.2 Manfaat Praktis .....	12
1.6 Sistematika Penulisan .....	13
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS</b> .....	14
2.1 Landasan Teori .....	14
2.1.1 <i>Brand Loyalty</i> .....	14
2.1.2 <i>Brand Personality</i> .....	16
2.1.3.1 <i>Dimension Sincerity</i> .....	17
2.1.3.2 <i>Dimension Excitement</i> .....	19
2.1.3.3 <i>Dimension Competence</i> .....	20
2.1.3.4 <i>Dimension Sophistication</i> .....	21



2.1.3.5 <i>Dimension Ruggedness</i> .....	22
2.2 Penelitian Terdahulu .....	23
2.3 Pengembangan Hipotesis .....	26
2.3.1 Pengaruh <i>Sincerity</i> terhadap <i>Brand Loyalty</i> .....	26
2.3.2 Pengaruh <i>Excitement</i> terhadap <i>Brand Loyalty</i> .....	27
2.3.3 Pengaruh <i>Competence</i> terhadap <i>Brand Loyalty</i> .....	27
2.3.4 Pengaruh <i>Sophistication</i> terhadap <i>Brand Loyalty</i> .....	28
2.3.5 Pengaruh <i>Ruggedness</i> terhadap <i>Brand Loyalty</i> .....	28
2.4 Model Penelitian.....	29
2.5 Bagan Alur Berpikir.....	29
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b> .....	<b>31</b>
3.1 Jenis Penelitian .....	31
3.2 Populasi dan Sampel .....	31
3.2.1 Populasi .....	31
3.2.2 Sampel .....	32
3.3 Metode Pengumpulan Data .....	33
3.4 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel .....	34
3.5 Metode Analisis Data.....	37
3.5.1 Uji Reliabilitas .....	47
<b>BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN</b> .....	<b>48</b>
4.1 Gambaran Umum Tao Kae Noi.....	48
4.2 Analisis Data .....	49
4.2.1 Statistik Deskriptif .....	49
4.2.1.1 Karakteristik Responden.....	49
4.2.1.2 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	50
4.2.1.3 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Usia .....	50
4.2.1.4 Tanggapan Responden.....	51
4.2.2 Analisis Deskriptif Variabel .....	58
4.2.2.1 Penjelasan Responden terhadap <i>Sincerity</i> .....	58
4.2.2.2 Penjelasan Responden terhadap <i>Excitement</i> .....	59
4.2.2.3 Penjelasan Responden terhadap <i>Competence</i> .....	60
4.2.2.4 Penjelasan Responden terhadap <i>Sophistication</i> .....	61

4.2.2.5	Penjelasan Responden terhadap <i>Ruggedness</i> .....	63
4.2.2.6	Penjelasan Responden terhadap <i>Brand Loyalty</i> .....	64
4.2.3	Hasil Pengujian Kualitas Data .....	65
4.2.3.1	Evaluasi Normalitas Data .....	67
4.2.3.2	Evaluasi <i>Outliers</i> .....	68
4.2.3.2.1	<i>Univariate Outliers</i> .....	69
4.2.3.2.2	<i>Multivariate Outliers</i> .....	69
4.2.3.3	Evaluasi <i>Multicollinearity</i> dan <i>Singularity</i> .....	70
4.2.3.4	Analisis Faktor Konfirmatori ( <i>Confirmatory Factor Analysis</i> ) .....	70
4.2.3.4.1	Analisis Faktor Konfirmatori Variabel Eksogen .....	70
4.2.3.4.2	Analisis Faktor Konfirmatori Variabel Endogen.....	72
4.2.3.5	Analisis <i>Full Structural Equation Modeling</i> .....	74
4.2.3.6	Uji <i>Reliability</i> .....	76
4.2.4	Hasil Pengujian Hipotesis.....	78
4.2.4.1	Pengujian Hipotesis 1 ( $H_1$ ).....	78
4.2.4.2	Pengujian Hipotesis 2 ( $H_2$ ).....	79
4.2.4.3	Pengujian Hipotesis 3 ( $H_3$ ).....	79
4.2.4.4	Pengujian Hipotesis 4 ( $H_4$ ).....	79
4.2.4.5	Pengujian Hipotesis 5 ( $H_5$ ).....	80
4.3	Pembahasan .....	80
<b>BAB V KESIMPULAN</b> .....		96
5.1	Simpulan.....	96
5.1.1	Simpulan Atas Hipotesis .....	96
5.1.1.1	Pengaruh <i>Sincerity</i> terhadap <i>Brand Loyalty</i> .....	96
5.1.1.2	Pengaruh <i>Excitement</i> terhadap <i>Brand Loyalty</i> .....	97
5.1.1.3	Pengaruh <i>Competence</i> terhadap <i>Brand Loyalty</i> .....	97
5.1.1.4	Pengaruh <i>Sophistication</i> terhadap <i>Brand Loyalty</i> .....	98
5.1.1.5	Pengaruh <i>Ruggedness</i> terhadap <i>Brand Loyalty</i> .....	98
5.1.2	Simpulan Atas Masalah Penelitian.....	99
5.2	Implikasi.....	100
5.2.1	Implikasi Teoritis .....	100
5.2.2	Implikasi Manajerial.....	100

5.3 Rekomendasi .....	105
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	106

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Produk Tao Kae Noi.....	4
Gambar 1.2 Pesaing Tao Kae Noi.....	4
Gambar 1.3 Tao Kae Noi di Market.....	6
Gambar 1.4 Pendapatan Tao Kae Noi.....	7
Gambar 2.1 Model Penelitian Terdahulu.....	26
Gambar 2.2 Model Penelitian.....	29
Gambar 3.1 Diagram Alur Kerangka Pemikiran Teoritis.....	41
Gambar 4.1 Responden Berdasarkan Usia.....	50
Gambar 4.2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	51
Gambar 4.3 Confirmatory Analysis <i>Sincerity, Excitement, Competence, Sophistication dan Ruggedness</i> .....	71
Gambar 4.4 Confirmatory Analysis <i>Brand Loyalty</i> .....	73
Gambar 4.5 <i>Full Structural Equation Model</i> .....	74

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Desain Inti Kuisisioner .....	35
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel .....	36
Tabel 3.3 Keterangan Indikator Konstruk.....	40
Tabel 3.4 Keterangan Hubungan Konstruk .....	41
Tabel 3.5 Hasil Konversi ke dalam Persamaan Model Pengukuran Konstruk Eksogen dan Endogen.....	42
Tabel 3.6 Indeks Pengujian Kelayakan Sebuah Model ( <i>Goodness of Fit Index</i> ).....	46
Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	50
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Usia .....	50
Tabel 4.3 Derajat Penilaian Setiap Variabel .....	51
Tabel 4.4 Tanggapan Responden terhadap <i>Sincerity</i> .....	52
Tabel 4.5 Tanggapan Responden terhadap <i>Excitement</i> .....	53
Tabel 4.6 Tanggapan Responden terhadap <i>Competence</i> .....	54
Tabel 4.7 Tanggapan Responden terhadap <i>Sophistication</i> .....	55
Tabel 4.8 Tanggapan Responden terhadap <i>Ruggedness</i> .....	56
Tabel 4.9 Tanggapan Responden terhadap <i>Brand Loyalty</i> .....	57
Tabel 4.10 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Sincerity</i> .....	58
Tabel 4.11 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Excitement</i> .....	59
Tabel 4.12 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Competence</i> .....	60
Tabel 4.13 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Sophistication</i> .....	62
Tabel 4.14 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Ruggedness</i> .....	63
Tabel 4.15 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Brand Loyalty</i> .....	64
Tabel 4.16 <i>Goodness of Fit Index</i> .....	66
Tabel 4.17 Hasil Uji Normalitas Data .....	67
Tabel 4.18 Statistik Deskriptif <i>Z-score</i> .....	68
Tabel 4.19 <i>Mahalanobis Distance</i> .....	70
Tabel 4.20 Uji Bobot Faktor dan Nilai Faktor Loading <i>Sincerity</i> , <i>Excitement</i> , <i>Competence</i> , <i>Sophistication</i> , dan <i>Ruggedness</i> .....	72
Tabel 4.21 Uji Bobot Faktor dan Nilai Faktor <i>Brand Loyalty</i> .....	73
Tabel 4.22 Index Pengujian Kelayakan .....	75
Tabel 4.23 <i>Regression Weights Full Structural Equation Model</i> .....	76

Tabel 4.24 Uji <i>Reliability</i> .....	77
Tabel 4.25 Hasil Uji Hipotesis .....	78
Tabel 4.26 Indikator Variabel <i>Sincerity</i> .....	85
Tabel 4.27 Indikator Variabel <i>Excitement</i> .....	87
Tabel 4.28 Indikator Variabel <i>Competence</i> .....	89
Tabel 4.29 Indikator Variabel <i>Sophistication</i> .....	90
Tabel 4.30 Indikator Variabel <i>Ruggedness</i> .....	92
Tabel 4.31 Indikator Variabel <i>Brand Loyalty</i> .....	94
Tabel 5.1 Implikasi Teoritis .....	100
Tabel 5.2 Implikasi Manajerial .....	103

## DAFTAR LAMPIRAN

<b>LAMPIRAN A</b> .....	A-1
<b>LAMPIRAN B</b> .....	B-1
<b>LAMPIRAN C</b> .....	C-1
<b>LAMPIRAN D</b> .....	D-1