UNIVERSITAS
GADJAH MADA
**Peran Kecintaan terhadap Merek dalam Memediasi Pengaruh Kesesuaian Diri dan Kesesuaian Fungsional
terhadap Loyalitas Merek pada Kedai Kopi Berbasis Kampus: Studi pada Soakin**
Firman Fauzi Hermanto, Handini Audita, S.E., M.Sc.
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

Daftar Isi

Halaman Pengesahan ii
Pernyataan Keaslian Karya Tulis iii
Kata Pengantar iv
Daftar Isi vi
Daftar Tabel ix
Daftar Gambar x
Daftar Lampiran xi
Intisari xii
Abstract xiii

BAB I PENDAHULUAN 1
1.1 Latar Belakang 1
1.2 Rumusan Masalah 7
1.3 Pertanyaan Penelitian 9
1.4 Tujuan Penelitian 10
1.5 Manfaat Penelitian 10
1.5.1 Manfaat teoretis 11
1.5.2 Manfaat praktis 12
1.6 Ruang Lingkup dan Batasan Penelitian 12
1.6.1 Ruang lingkup 12
1.6.2 Batasan penelitian 13
1.7 Sistematika Penulisan 15

BAB II LANDASAN TEORI DAN TINJAUAN PUSTAKA 17
2.1 Landasan Teori 17
2.1.1 Model kemungkinan elaborasi (*elaboration likelihood model*) 17
2.1.2 Teori kesesuaian diri (*self-congruity theory*) 19
2.1.3 Hubungan konsumen–merek (*consumer–brand relationship*) 21
2.2 Variabel Penelitian 23
2.2.1 Kesesuaian diri 23
2.2.2 Kesesuaian fungsional 25
2.2.3 Kecintaan terhadap merek 27
2.2.4 Loyalitas merek 28
2.3 Pengembangan Hipotesis 30
2.3.1 Pengaruh kesesuaian diri terhadap kecintaan terhadap merek 30

Peran Kecintaan terhadap Merek dalam Memediasi Pengaruh Kesesuaian Diri dan Kesesuaian Fungsional
terhadap Loyalitas Merek pada Kedai Kopi Berbasis Kampus: Studi pada Soakin
Firman Fauzi Hermanto, Handini Audita, S.E., M.Sc.
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

2.3.2 Pengaruh kesesuaian diri terhadap loyalitas merek.....31
2.3.3 Pengaruh kesesuaian diri terhadap kesesuaian fungsional.....32
2.3.4 Pengaruh kesesuaian fungsional terhadap kecintaan terhadap merek... 34
2.3.5 Pengaruh kesesuaian fungsional terhadap loyalitas merek..... 35
2.3.6 Pengaruh kecintaan terhadap merek terhadap loyalitas merek..... 36
2.3.7 Peran mediasi kecintaan terhadap merek pada pengaruh kesesuaian terhadap loyalitas merek.....37
2.4 Model Penelitian..... 39

BAB III METODE PENELITIAN..... 41
3.1 Desain Penelitian.....41
3.2 Definisi Operasional.....43
3.2.1 Kesesuaian diri..... 44
3.2.2 Kesesuaian fungsional.....46
3.2.3 Kecintaan terhadap merek.....48
3.2.4 Loyalitas merek..... 50
3.3 Desain Pengambilan Sampel..... 54
3.3.1 Metode pengambilan sampel.....54
3.3.2 Populasi dan sampel..... 54
3.3.3 Ukuran sampel.....56
3.4 Objek Penelitian..... 57
3.5 Metode Pengumpulan Data..... 59
3.6 Instrumen Penelitian.....60
3.6.1 Uji pendahuluan instrumen penelitian.....61
3.6.1.1 Validitas isi (*content validity*).....61
3.6.1.2 Validitas wajah (*face validity*)..... 62
3.7 Metode Analisis Data..... 63
3.7.1 Model pengukuran (*outer model*).....64
3.7.1.1 Uji validitas konvergen dan diskriminan.....64
3.7.1.1.1 Validitas konvergen (*convergent validity*).....65
3.7.1.1.2 Validitas diskriminan (*discriminant validity*).....65
3.7.1.2 Uji reliabilitas..... 66
3.7.2 Model struktural (*inner model*)..... 67
3.7.2.1 Uji multikolinearitas.....67
3.7.2.2 Koefisien determinasi (R^2)..... 68
3.7.2.3 Ukuran efek (f^2).....68
3.7.2.4 Relevansi prediktif (Q^2).....69

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
**Peran Kecintaan terhadap Merek dalam Memediasi Pengaruh Kesesuaian Diri dan Kesesuaian Fungsional
terhadap Loyalitas Merek pada Kedai Kopi Berbasis Kampus: Studi pada Soakin**
Firman Fauzi Hermanto, Handini Audita, S.E., M.Sc.
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

3.7.3 Metode pengujian hipotesis....70

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN....72
4.1 Hasil Pengumpulan Data....72
4.2 Profil Responden....73
4.3 Analisis Deskriptif....76
4.4 Analisis Model Pengukuran (*Outer Model*)....79
4.4.1 Uji validitas konvergen....79
4.4.2 Uji validitas diskriminan....81
4.4.3 Uji reliabilitas....83
4.5 Analisis Model Struktural (*Inner Model*)....84
4.5.1 Uji multikolinearitas....84
4.5.2 Uji koefisien determinasi (R^2)....85
4.5.3 Uji ukuran efek (f^2)....87
4.5.4 Uji relevansi prediktif (Q^2)....88
4.6 Pengujian Hipotesis....89
4.7 Analisis Pengaruh Tidak Langsung (Mediasi)....91
4.8 Pembahasan Hasil Penelitian....93
4.8.1 Pembahasan Hipotesis Pertama....94
4.8.2 Pembahasan Hipotesis Kedua....96
4.8.3 Pembahasan Hipotesis Ketiga....97
4.8.4 Pembahasan Hipotesis Keempat....99
4.8.5 Pembahasan Hipotesis Kelima....100
4.8.6 Pembahasan Hipotesis Keenam....102
4.8.7 Pembahasan Hipotesis Ketujuh....104
4.8.8 Pembahasan Hipotesis Kedelapan....105

BAB V SIMPULAN....108
5.1 Kesimpulan....108
5.2 Implikasi Teoretis....110
5.3 Implikasi Manajerial....112
5.4 Limitasi Penelitian dan Saran Penelitian Mendatang....114

Daftar Pustaka....119
Lampiran....124