

**SKRIPSI**

**PREDIKSI DAYA TARIK MEREK DAN  
KEPRIBADIAN MEREK TERHADAP LOYALITAS  
MEREK UNIQLO PADA MAHASISWA FAKULTAS  
EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS  
TARUMANGARA: IDENTIFIKASI MEREK SEBAGAI  
VARIABEL MEDIASI**



**UNTAR**  
Universitas Tarumanagara

**DIAJUKAN OLEH:**

**NAMA : CLEMENT JULIANT PUTRA  
NIM : 115160335**

**UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN DARI SYARAT-SYARAT  
GUNA MENCAPAI GELAR SARJANA EKONOMI**

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN  
UNIVERSITAS TARUMANAGARA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
JAKARTA**

**2020**

**SKRIPSI**

**PREDIKSI DAYA TARIK MEREK DAN  
KEPRIBADIAN MEREK TERHADAP LOYALITAS  
MEREK UNIQLO PADA MAHASISWA FAKULTAS  
EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS  
TARUMANGARA: IDENTIFIKASI MEREK SEBAGAI  
VARIABEL MEDIASI**



**UNTAR**  
Universitas Tarumanagara

**DIAJUKAN OLEH:**

**NAMA : CLEMENT JULIANT PUTRA  
NIM : 115160335**

**UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN DARI SYARAT-SYARAT  
GUNA MENCAPAI GELAR SARJANA EKONOMI**

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN  
UNIVERSITAS TARUMANAGARA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
JAKARTA**

**2020**

# SURAT PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT

FR-FE-4.7-R0



## SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama mahasiswa : Clement Juliant Putra  
NPM (Nomor Pokok Mhs.) : 115160335  
Program Studi : S.1 Jurusan Manajemen



Dengan ini saya menyatakan, apabila dalam pembuatan skripsi ternyata saya:

1. Melakukan plagiat / menyontek
2. Mengutip tanpa menyebutkan sumbernya
3. Melakukan riset perusahaan fiktif (hal ini Jurusan S.1 Manajemen dapat konfirmasi langsung ke perusahaan terkait sesuai dengan surat risetnya).

Saya bersedia dikenakan sanksi berupa pembatalan skripsi dan di skors maksimal 2 (dua) semester. Kemudian apabila hal di atas terbukti setelah lulus ujian skripsi/komprehensif saya bersedia dinyatakan batal skripsi dan kelulusannya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa ada paksaan dari pihak manapun.

Jakarta, 27 Juni 2020



Clement Juliant Putra  
nama lengkap mhs.

### CATATAN :

1. Di fotocopy 5 X, untuk mahasiswa yang bersangkutan,
2. Asli dikembalikan ke Jurusan .....
3. Harap dilampirkan pada setiap Soft Cover maupun Hard Cover Skripsi

**UNIVERSITAS TARUMANAGARA**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**  
**JAKARTA**

**HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI**

NAMA : CLEMENT JULIANT PUTRA  
NPM : 115160335  
PROGRAM / JURUSAN : S1 / MANAJEMEN  
KONSENTRASI : MANAJEMEN PEMASARAN  
JUDUL SKRIPSI : PREDIKSI DAYA TARIK MEREK DAN  
KEPRIBADIAN MEREK TERHADAP  
LOYALITAS MEREK UNIQLO PADA  
MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN  
BISNIS UNIVERSITAS TARUMANAGARA:  
IDENTIFIKASI MEREK SEBAGAI VARIABEL  
MEDIASI

Jakarta, 16 Juli 2020

Pembimbing



(Dr. Cokki, S.E., M.M)

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS TARUMANAGARA  
JAKARTA

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Clement Juliant Putra  
NIM : 115160335  
Program Studi : S1 Manajemen

**Judul Skripsi**

Prediksi Daya Tarik Merek dan Kepribadian Merek Terhadap Loyalitas Merek Uniqlo Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara: Identifikasi Merek Sebagai Variabel Mediasi

Telah diuji pada Ujian Skripsi dan Komprehensif tanggal 07 Juni 2020 dan dinyatakan lulus, dengan tim penguji yang terdiri atas:

1. Ketua : Prof. Dr. Carunia Mulya Firdausy, APU
2. Anggota : Dr. Cokki, S.E., M.M
3. Anggota : Ronnie Resdianto Masman, S.E, M.A., M.M

Jakarta, 16 Juli 2020

Pembimbing



(Dr. Cokki, S.E., M.M)

## ABSTRACT

**TARUMANAGARA UNIVERSITY**  
**FACULTY OF ECONOMY & BUSINESS**  
**JAKARTA**

- (A) CLEMENT JULIANT PUTRA (115160335)
- (B) *THE PREDICTION OF BRAND ATTRACTIVENESS AND BRAND PERSONALITY TOWARDS UNIQLO'S BRAND LOYALTY ON STUDENTS AT TARUMANAGARA UNIVERSITY FACULTY OF ECONOMIC AND BUSINESS: BRAND IDENTIFICATION AS MEDIATOR VARIABLE*
- (C) XVIII+83 Pages, 31 Tables, 11 Pictures, 6 Attachments
- (D) *MARKETING MANAGEMENT*
- (E) **Abstract:** *The purpose of this study was to examine whether brand attractiveness and brand personality can positively predict brand loyalty with brand identification as mediation. This study used 100 samples selected using convenience sampling techniques, where the selected sample were students at Tarumanagara University of Faculty of Economics and Business who are customers as well as general consumers who have ever bought and knew about Uniqlo's products. The data collection technique was carried out using an online questionnaire. Data were analyzed using PLS-SEM. The results of this study indicate that brand attractiveness, brand personality, and brand identification can positively predict brand loyalty, and brand identification as mediator can predict the relationship of brand personality on brand loyalty.*
- (F) *Brand Attractiveness, Brand Personality, Brand Identification, Brand Loyalty*
- (G) *References 70 (1978-2019)*
- (H) Dr. Cokki, S.E., M.M.

## ABSTRAK

UNIVERSITAS TARUMANAGARA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
JAKARTA

- (A) CLEMENT JULIANT PUTRA (115160335)
- (B) PREDIKSI DAYA TARIK MEREK DAN KEPRIBADIAN MEREK TERHADAP LOYALITAS MEREK UNIQLO PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS TARUMANAGARA: IDENTIFIKASI MEREK SEBAGAI VARIABEL MEDIASI
- (C) XVIII+83 Halaman, 31 Tabel, 11 Gambar, 6 Lampiran
- (D) MANAJEMEN PEMASARAN
- (E) **Abstrak:** Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji apakah daya tarik merek dan kepribadian merek dapat memprediksi secara positif loyalitas merek dengan identifikasi merek sebagai variabel mediasi. Penelitian ini menggunakan 100 sampel yang dipilih dengan menggunakan teknik *convenience sampling*, di mana sampel yang dipilih adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara yang merupakan pelanggan maupun konsumen umum yang sudah pernah membeli dan mengetahui tentang produk Uniqlo. Teknik pengambilan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner. Data dianalisis dengan menggunakan PLS-SEM. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa daya tarik merek, kepribadian merek, dan identifikasi merek dapat memprediksi secara positif loyalitas merek, dan identifikasi merek sebagai mediasi dapat memprediksi keterkaitan antara kepribadian merek terhadap loyalitas merek.
- (F) Daya Tarik Merek, Kepribadian Merek, Identifikasi Merek, Loyalitas Merek
- (G) Daftar Acuan 70 acuan (1978-2019)
- (H) Dr. Cokki, S.E., M.M.