

**PENGARUH KESENANGAN KONSUMEN DAN ROMANTISME  
TERHADAP CINTA MEREK  
(Studi Pada Pengguna Produk Wardah di Kota Semarang)**

**SKRIPSI**

**Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat  
guna menyelesaikan studi akhir dan untuk memperoleh Gelar  
Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomika dan Bisnis  
Universitas Stikubank Semarang**



**Oleh:**

**Nama : Pingki Dwi Aprilianingsih**

**NIM : 18.05.51.0035**

**Program Studi : S-1 Manajemen**

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS  
UNIVERSITAS STIKUBANK  
SEMARANG**

**2022**

## HALAMAN PERSETUJUAN

### PERNYATAAN KESIAPAN UJIAN AKHIR

Saya PINGKI DWI APRILIANINGSIH, dengan ini menyatakan bahwa laporan Tugas Akhir yang berjudul :

#### **PENGARUH KESENANGAN KONSUMEN DAN ROMANTISME TERHADAP CINTA MEREK ( STUDI KASUS PADA PENGGUNAPRODUK WARDAH DI KOTA SEMARANG)**

adalah benar hasil karya saya dan belum pernah diajukan sebagai karya ilmiah sebagian atau seluruhnya atau pihak lain.



PINGKI DWI APRILIANINGSIH  
18.05.51.0035

Disetujui Oleh Pembimbing

Kami setuju laporan tersebut diajukan untuk Ujian Tugas Akhir Semarang,  
02 Februari 2022

HARMANDA BERIMA PUTRA, S.E., M.Si.

Pembimbing



Dokumen ini diterbitkan secara elektronik. Disertai QRCode  
untuk validasi

---

## HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir dengan Judul  
**PENGARUH KESENANGAN KONSUMEN DAN ROMANTISME TERHADAP CINTA  
MEREK ( STUDI KASUS PADA PENGGUNA PRODUK WARDAH DI KOTA SEMARANG )**

Ditulis oleh  
NIM : **18.05.51.0035**  
Nama : **PINGKI DWI APRILIANINGSIH**

Telah dipertahankan di depan Tim Dosen Penguji Tugas Akhir dan diterima sebagai salah satu syarat  
guna menyelesaikan Jenjang Program S1 Program Studi pada Fakultas EKONOMIKA DAN BISNIS  
Universitas Stikubank (UNISBANK) Semarang.

Semarang, 06-03-2022  
Ketua



(HARMANDA BERIMA PUTRA, S.E., M.Si)  
NIDN. 0611039101

Sekretaris



(Dr. Dra. R.A. MARLIEN, M.M)  
NIDN. 0622035701

Anggota



(Dr. AGUS BUDI SANTOSO, M.Si)  
NIDN. 0601126701

Mengetahui,  
Universitas Stikubank (UNISBANK) Semarang  
Fakultas EKONOMIKA DAN BISNIS  
Dekan



(Dra. M.G. KENTRIS INDARTI, SE, M.Si, Ak, CA)  
NIDN. 0618036702



## SURAT PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR/ SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya menyatakan bahwa TUGAS AKHIR / SKRIPSI dengan Judul :  
**PENGARUH KESENANGAN KONSUMEN DAN ROMANTISME TERHADAP CINTA MEREK ( STUDI KASUS PADA PENGGUNA PRODUK WARDAH DI KOTA SEMARANG )**

yang telah diuji di depan tim penguji pada tanggal 16-02-2022, adalah benar hasil karya saya dan dalam TUGAS AKHIR /SKRIPSI ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin, atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang saya aku seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri dan atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin, tiru atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan pada penulis aslinya.

Apabila saya melakukan hal tersebut diatas, baik sengaja maupun tidak, dengan ini saya menyatakan menarik TUGAS AKHIR / SKRIPSI yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri.

Bila kemudian terbukti bahwa saya ternyata melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, berarti gelar dan ijazah saya yang telah diberikan oleh Universitas Stikubank (UNISBANK) Semarang batal saya terima.



Semarang, 16-02-2022  
Yang Menyatakan

(PINGKI DWI APRILIANINGSIH)  
NIM. 18.05.51.0035

SAKSI 1  
Tim Penguji



(HARMANDA BERIMA PUTRA, S.E., M.Si)

SAKSI 2  
Tim Penguji



(Dr. Dra. R.A. MARLIEN, M.M)

SAKSI 3  
Tim Penguji



(Dr. AGUS BUDI SANTOSO, M.Si)



Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik menggunakan sertifikat elektronik yang diterbitkan Digisign Unisbank. Untuk memastikan keasliannya, silahkan scan QRCode dan pastikan diarahkan ke alamat <https://digisign.unisbank.ac.id>

## MOTTO

“sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan. Maka apabila engkau telah selesai (dari sesuatu urusan), tetaplah bekerja keras (untuk urusan lain), dan hanya kepada tuhanmulah engkau berharap” (Q.S. Al-Insyirah ayat: 6-8)

“*Man Jadda Wa Jadda*, Artinya barangsiapa yang bersungguh-sungguh pasti akan berhasil”

## HALAMAN PERSEMBAHAN

Penulis mengucapkan puji syukur Kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan karuniaNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan sebaik-baiknya. Selain itu penulis ingin mempersembahkan skripsi ini kepada :

1. Mama saya Ibu Hj. Mintarsih, serta kakak saya Sri Winarsih yang telah mendidik, mendoakan, finansial, semangatnya dan selalu berusaha memberikan yang terbaik.
2. Keluarga besar yang selalu memberikan semangat disaat saya berada dalam kesulitan maupun tidak.
3. Bapak Harrmanda Berima Putra, S.E., M.Sc selaku Dosen Pembimbing yang telah membimbing dan memberikan saran agar skripsi yang penulis buat menjadi lebih baik dan selesai.
4. Teman seperjuangan saya dari semester satu yaitu Niva, Nailul, Ferdina, Niken, dan Riana yang telah menemani hari-hari saya di masa perkuliahan.
5. Teman baik saya Jihan Aista, Pras, Dinda, Intan Vika dan Cindy yang banyak membantu dan mendengarkan keluh kesah saya saat mengerjakan skripsi.
6. Teman-teman seangkatan 2018 Fakultas Ekonomika Bisnis Universitas Stikubank Semarang.

## ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui pengaruh kesenangan konsumen dan romantisme terhadap cinta merek pada pengguna produk Wardah di Kota Semarang. Metode kuantitatif digunakan dalam penelitian ini dan data diukur menggunakan *skala likert*. Pengambilan sampel menggunakan metode *purposive sampling* dengan kriteria sampel dan didapatkan sampel sebanyak 150 orang. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa kesenangan konsumen dan romantisme berpengaruh positif dan signifikan terhadap cinta merek.

**Kata kunci: Kesenangan Konsumen, Kedekatan/Keintiman, Cinta Merek**

## **ABSTRACT**

*The objective of this study was to find out the effect of customer delight and romanticism on brand love toward Wardah product consumers in the city of Semarang. Quantitative methods were used in this study and the data were measured by using a Likert Scale. The sampling method used was purposive sampling method along with sample criterion and the number of samples obtained were 150 people. The results of the research, customer delight and romanticism have a positive and significant effect on brand love.*

*Keywords: Customer Delight, Romanticism, Brand Love*



## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, hidayah, serta inayah-Nya sehingga skripsi dengan judul **“Pengaruh Kesenangan Konsumen Dan Romantisme Terhadap Cinta Merek (Studi Pada Pengguna Produk Wardah di Kota Semarang)”** ini pada akhirnya terselesaikan dengan baik. Skripsi ini disusun sebagai salah satu persyaratan dalam menyelesaikan pendidikan program studi S1 Manajemen pada Universitas Stikubank Semarang.

Dalam menyelesaikan penelitian ini, penulis banyak mengalami kendala dan kesulitan. Kendala tersebut dapat terselesaikan dengan adanya bantuan, bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak. Untuk itu dengan penuh ketulusan, dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Edy Winarno, ST., M.Eng selaku Rektor Universitas Stikubank (UNISBANK) Semarang.
2. Ibu Dra. M.G Kentris Indarti, S.E, M.Si, AK., CA., selaku Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis (FEB) Universitas Stikubank (UNISBANK) Semarang.
3. Bapak Dr. Suhana, S.S., M.M., selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Stikubank (UNISBANK) Semarang.
4. Bapak Harmanda Berima Putra, S.E., M.Sc., selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan arahan dan bimbingan kepada penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
5. Bapak Drs. Bambang Sutejo, M.M., selaku Dosen Wali saya.
6. Bapak dan Ibu Dosen serta seluruh staff Universitas Stikubank Semarang.

7. Kedua orang tua saya yang telah memberikan banyak dukungan dan doa kepada peneliti sehingga skripsi ini berjalan dengan lancar.
8. Teman-teman dan semua pihak yang telah membantu dan memberikan dukungan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna karena keterbatasan kemampuan dan pengalaman penulis. Akhir kata semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak yang berkepentingan.

Semarang, 20 Januari 2022



Pingki Dwi Aprilianingsih

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI</b> .....	<b>iii</b>
<b>SURAT PERNYATAAN KEASLIAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>HALAMAN MOTTO</b> .....	<b>v</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>vii</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>viii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xvii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xix</b>
<b>BAB 1 PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2 Pertanyaan Penelitian .....	10
1.3 Tujuan Penelitian .....	10
1.4 Manfaat Penelitian .....	10

<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA, PENGEMBANGAN HIPOTESIS DAN MODEL PENELITIAN .....</b>	<b>11</b>
2.1 Tinjauan Pustaka .....	11
2.1.1 Kesenangan Konsumen.....	11
2.1.2 Kedekatan/Keintiman ( <i>Romantisme</i> ).....	13
2.1.3 Kecintaan Merek ( <i>Brand Love</i> ).....	15
2.2 Pengembangan Hipotesis.....	16
2.2.1 Pengaruh Kesenangan Konsumen Terhadap Cinta Merek.....	17
2.2.2 Pengaruh Romantisme Terhadap Cinta Merek. ....	17
2.2.3 Kesenangan Konsumen dan Romantisme Berpengaruh Terhadap Cinta Merek. ....	18
2.3 Model Penelitian .....	19
 <b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>20</b>
3.1 Metode Penelitian.....	20
3.2 Populasi dan Sampel.....	20
3.2.1 Populasi.....	20
3.2.2 Sampel dan Metode Pengumpulan Sampel.....	20
3.3 Metode Pengumpulan Data.....	21
3.3.1 Data dan Sumber Data.....	21
3.3.2 Lokasi Penelitian.....	22
3.4 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional.....	22

3.4.1	Variabel Penelitian.....	22
3.4.2	Definisi Operasional.....	22
3.5	Metode Pengujian Instrumen.....	24
3.5.1	Uji Validitas.....	24
3.5.2	Uji Reliabilitas.....	24
3.6	Uji Asumsi Klasik.....	25
3.6.1	Uji Normalitas.....	25
3.6.2	Uji Multikolinearitas.....	25
3.6.3	Uji Heteroskedastisitas.....	25
3.7	Uji Analisis Regresi Linear Berganda.....	26
3.8	Pengujian Model.....	26
3.8.1	Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	26
3.8.2	Uji F.....	26
3.8.3	Uji Hipotesis.....	27
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>		<b>28</b>
4.1	Gambaran Umum Responden.....	28
4.2	Deskripsi Variabel.....	34
4.2.1	Variabel Kesenangan Konsumen.....	34
4.2.2	Variabel Romantisme.....	36

4.2.3	Variabel Cinta Merek.....	39
4.3	Uji Instrumen.....	41
4.3.1	Uji Validitas.....	41
4.3.2	Uji Reliabilitas .....	43
4.4	Uji Asumsi Klasik.....	44
4.4.1	Uji Normalitas .....	44
4.4.2	Uji Multikolinearitas.....	46
4.4.3	Uji Heteroskedastisitas .....	47
4.5	Pengujian Model.....	49
4.5.1	Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	49
4.5.2	Uji F.....	49
4.5.3	Uji Hipotesis (Uji T).....	50
4.6	Analisis Regresi Linear Berganda.....	51
4.7	Pembahasan.....	53
4.7.1	Pengaruh Kesenangan Konsumen Terhadap Cinta Merek.....	53
4.7.2	Pengaruh Romantisme Terhadap Cinta Merek.....	54
4.7.3	Pengaruh Kesenangan Konsumen dan Romantisme Terhadap Cinta Merek.....	56
<b>BAB V KESIMPULAN, KETERBATASAN DAN IMPLIKASI.....</b>		<b>57</b>
5.1	Kesimpulan.....	57

5.2 Keterbatasan .....	57
5.3 Implikasi .....	58
5.3.1 Implikasi Teoritis .....	58
5.3.2 Implikasi Manajerial .....	59
5.4 Saran.....	59
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>60</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>64</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Penjualan Kosmetik .....	6
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel.....	23
Tabel 4.1 Rincian Penyebaran Kuesioner.....	28
Tabel 4.2 Rincian Responden.....	29
Tabel 4.3 Identitas Responden Berdasarkan Penggunaan Wardah Tiap Hari.....	32
Tabel 4.4 Identitas Responden Berdasarkan Kategori Produk Wardah.....	33
Tabel 4.5 Deskripsi Variabel Kesenangan Konsumen.....	34
Tabel 4.6 Deskripsi Variabel Romantisme.....	36
Tabel 4.7 Deskripsi Variabel Cinta Merek.....	39
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas.....	42
Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas .....	43
Tabel 4.10 Hasil Uji Normalitas (Sebelum Diubah) .....	44
Tabel 4.11 Hasil Uji Normalitas (Setelah Diubah).....	45
Tabel 4.12 Hasil Uji Multikolinearitas .....	47
Tabel 4.13 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	48



Tabel4.14 Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	49
Tabel4.15 Hasil Uji F.....	50
Tabel4.16 Hasil Uji t.....	51
Tabel4.17 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda.....	52

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Penelitian.....	19
Gambar 4.1 Gambar Histrogram.....	45
Gambar 4.2 Grafik Normal Plot.....	46
Gambar 4.3 <i>Scatterplots</i> .....	48

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian .....	64
Lampiran 2 Tabulasi Data .....	68
Lampiran 3 Data Responden .....	89
Lampiran 4 Deskripsi Responden.....	112
Lampiran 5 Deskripsi Variabel.....	115
Lampiran 6 Output SPSS.....	121
Lampiran 7 Hasil Turnitin .....	127