

**PENGARUH PENGETAHUAN PRODUK TERHADAP LOYALITAS
MEREK DENGAN CITRA MEREK SEBAGAI VARIABEL MEDIASI
STUDI PADA PARFUM MYKONOS**

Skripsi

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai Drajat Sarjana Ekonomi

(S1)

Pada Program Studi Manajemen

Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta



Disusun oleh:

Daniel Kristianto

NPM: 210325992

**FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

2025

Skripsi

PENGARUH PENGETAHUAN PRODUK TERHADAP LOYALITAS
MEREK DENGAN CITRA MEREK SEBAGAI VARIABEL MEDIASI
STUDI PADA PARFUM MYKONOS



Disusun oleh:
Daniel Kristianto
NPM: 210325992

telah dibaca dan disetujui oleh:

Pembimbing

Nadia Nila Sari, SE., MBA

Skripsi

**PENGARUH PENGETAHUAN PRODUK TERHADAP LOYALITAS MEREK
DENGAN CITRA MEREK SEBAGAI VARIABEL MEDIASI STUDI PADA
PARFUM MYKONOS**

Yang telah dipersiapkan dan disusun oleh

Daniel Kristianto

NPM: 210325992

Telah dipertahankan di depan Panitia Penguji

Pada tanggal, 8 Juli 2025

Dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima

Sebagai salah satu persyaratan mencapai gelar Sarjana Manajemen (S1)

Program studi manajemen

SUSUNAN PANITIA PENGUJI:

Ketua Panitia Penguji



Elisabet Dita Septiari, SE., M.Sc, Ph.D

Anggota Panitia Penguji



Vonezyo Yupanzara Dharomesz, SE., MBA



Nadia Nila Sari, SE., MBA

Yogyakarta, Juli 2025

Fakultas Bisnis dan Ekonomika

Universitas Atma Jaya Yogyakarta



Wenefrida Mahestu N. Krisjanti, SE., M.Sc, Ph.D

PERNYATAAN HASIL KARYA ASLI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini dengan sesungguhnya menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

PENGARUH PENGETAHUAN PRODUK TERHADAP LOYALITAS MEREK DENGAN CITRA MEREK SEBAGAI VARIABEL MEDIASI STUDI PADA PARFUM MYKONOS

Benar – benar hasil karya saya sendiri. Pernyataan, ide, maupun kutipan baik langsung maupun tak langsung yang bersumber dari tulisan atau ide orang lain dinyatakan secara tertulis dalam skripsi ini dalam catatan perut dan daftar Pustaka. Apabila di kemudia hari terbukti bahwa saya melakukan plagiasi sebagian atau keseluruhan dari skripsi ini, maka gelar dan ijazah yang saya peroleh dinyatakan batan dan akan saya kembalikan kepada instansi terkait.

Yogyakarta, 16 Juni 2025

Yang menyatakan


Danief Kristianto

KATA PENGANTAR

Puji Syukur kepada Tuhan Yesus Kristus, atas segala hikmat, penyertaan, pengajaran, kekuata, dan kasih yang telah dikaruniakan, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan judul **“PENGARUH PENGETAHUAN PRODUK TERHADAP LOYALITAS MEREK DENGAN CITRA MEREK SEBAGAI VARIABEL MEDIASI STUDI PADA PARFUM MYKONOS”**. Dalam skripsi ini, penulis membahas bagaimana pengaruh pengetahuan produk terhadap loyalitas merek dengan citra merek sebagai mediator pada parfum Mykonos. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi akademis maupun praktis dalam peningkatan loyalitas merek parfum Mykonos. Adapun tujuan penulisan skripsi ini untuk memenuhi salah satu persyaratan untuk meraih gelar Sarjana Ekonomi di Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Penulis menyadari masih banyak kekurangan dan jauh dari kata sempurna baik dalam penulisan maupun penyelesaian, namun telah diupayakan dengan semaksimal mungkin agar mendapatkan hasil yang terbaik. Pada kesempatan ini, penulis mengucapkan rasa terima kasih kepada berbagai pihak atas bantuan, dukungan, dan doa selama penyusunan skripsi ini, baik secara langsung maupun tidak langsung, antara lain kepada:

1. Kepada Tuhan Yesus Kristus, yang telah memberikan kasih, penyertaan, dan kekuatan yang tak terhingga sepanjang perjalanan studi saya hingga terselesaikannya skripsi ini. Dengan segala tantangan dan kesulitan yang dihadapi, penyertaan Tuhan selalu menjadi sumber kekuatan dan

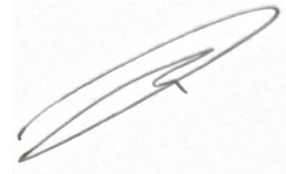
pengharapan yang tidak ternilai, memungkinkan saya untuk menyelesaikan pendidikan ini tepat waktu.

2. Universitas Atma Jaya Yogyakarta, yang telah menjadi tempat bagi penulis untuk bertumbuh dan mengembangkan potensi diri, serta memberikan wadah pembelajaran yang menanamkan nilai-nilai unggul, inklusif, dan berintegritas. Penulis sangat berterima kasih atas kesempatan yang diberikan untuk menimba ilmu di lingkungan yang penuh dengan semangat.
3. Kepada Ibu Nadia Nila Sari, SE., MBA, selaku dosen pembimbing skripsi, yang telah memberikan kesabaran, ketulusan, bimbingan, dan dukungan yang luar biasa sepanjang proses penulisan skripsi. Sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan lancar.
4. Kepada orang tua terkasih dan tercinta, Imanuel Kristianto dan Sully Herawati, yang telah memberikan dukungan moral, doa, dan kasih sayang yang tiada henti. Terima kasih atas segala kepercayaan, pengorbanan, cinta yang tulus, kasih sayang, dukungan, dan doa dalam setiap keputusan yang diambil.
5. Kepada Epafra Kristianto, selaku kakak kandung yang selalu mendukung dan menyemangati dalam menulis skripsi. Terima kasih atas segala dukungan selama penulis hingga tahap akhir penulis menyelesaikan penulisan skripsi ini.
6. Kepada Vianca Noa Wijaya, Indah Soen, Mikha Deni Hardani, Felix Laurensius Tejo, Fransiscus Michael Sugiwan, Nicholas Farrel Cahya, Margareth Lie, Arini Utomo, William Juvent, Riyandi Widjaja, dan Julian

Hernandes, yang telah mendukung, mendoakan, dan membantu penulis dalam mengerjakan penulisan skripsi ini. Terima kasih atas segala suka cita, semangat, dan kenangan yang indah selama penulis mengerjakan skripsi ini.

7. Kepada seluruh teman – teman Anti Maling, Siemen, Selly, Albert, Preza, dan seluruh teman Jompo Atma, yang selalu memberikan semangat dan dukungan untuk penulis selama menjalankan penulisan skripsi ini.
8. Terakhir, penulis berterima kasih kepada dirinya sendiri, Daniel Kristianto, atas segala perjuangan, kesabaran, kedisiplinan, ketekunan, dan semangat yang tidak pernah habis sepanjang perjalanan hidup ini. Terima kasih untuk teap mengandalkan Tuhan Yesus dan bangkit dari berbagai kegagalan, keterpurukan, dan rintangan.

Yogyakarta, 16 Juni 2025

A handwritten signature in black ink, consisting of a large, stylized 'D' followed by a cursive 'K' and a small 'r'.

Daniel Kristianto

DAFTAR ISI

PERNYATAAN HASIL KARYA ASLI	ii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
Abstrak.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	8
1.5 Sistematika Penulisan.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS.....	11
2.1 Tinjauan Literatur.....	11
2.1.1 <i>Hierarchy of Effects Model</i>	11
2.1.2 Pengetahuan Produk.....	12
2.1.3 Citra Merek	13

2.1.4	Loyalitas Merek	14
2.2	Penelitian Terdahulu	14
2.3	Pengembangan Hipotesis	27
2.3.1	Pengaruh Pengetahuan Produk terhadap Citra Merek	27
2.3.2	Pengaruh Pengetahuan Produk Terhadap Loyalitas Merek	28
2.3.3	Pengaruh Citra Merek terhadap Loyalitas Merek	29
2.3.4	Peran Citra Merek sebagai Mediator dalam Hubungan antara Pengetahuan Produk dan Loyalitas Merek.....	30
2.4	Kerangka Penelitian	31
BAB III METODE PENELITIAN		32
3.1	Jenis Penelitian.....	32
3.2	Objek, Subjek, dan Lokasi Penelitian	32
3.3	Populasi dan Sample	33
3.3.1	Metode Sampling	34
3.4	Definisi Oprasional	35
3.5	Skala Pengukuran.....	39
3.6	Pengumpulan Data	40
3.7	<i>Face Validity</i>	41
3.8	Metode Analisis Data	44
3.8.1	Statistik Deskriptif	44

3.8.2	Struktural Equation Model – Partial Least Square (SEM – PLS)	46
3.8.3	Mediasi.....	51
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....		55
4.1	Filter Responden	55
4.2	Demografi Responden.....	57
4.3	Statistik Deskriptif	61
4.3.1	Analisis Deskriptif Variabel Pengetahuan Produk.....	61
4.3.2	Analisis Deskriptif Variabel Citra Merek	63
4.3.3	Analisis Deskriptif Variabel Loyalitas Merek	65
4.4	Analisis Data	66
4.4.1	Analisis Structural Equation Modeling–Partial Least Squared.	66
4.4.2	Uji Mediasi.....	80
4.5	Pembahasan.....	83
4.5.1	Pengaruh Pengetahuan Produk Terhadap Citra Merek	83
4.5.2	Pengaruh Pengetahuan Produk Terhadap Loyalitas Merek	83
4.5.3	Pengaruh Citra Merek Terhadap Loyalitas Merek.....	84
4.5.4	Peran Citra Merek Dalam Memediasi Pengaruh Pengetahuan Produk Terhadap Loyalitas Merek.....	85
BAB V PENUTUP DAN PUBLIKASI MANAJERIAL.....		87

5.1	Kesimpulan	87
5.2	Implikasi Manajerial	90
5.3	Keterbatasan Penelitian.....	92
5.4	Saran Penelitian Selanjutnya.....	94
DAFTAR PUSTAKA		95

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Persentase Nilai Penjualan Parfum 2022 - 2024	2
Gambar 1.2 Merek parfum Terlaris di <i>E-Commerce</i> pada Semester 1 2024	3
Gambar 1.3 Produk Parfum Mykonos	4
Gambar 2. 1 Kerangka Penelitian	31
Gambar 3. 1 Analisis Mediasi	52
Gambar 4. 1 Struktur Awal Penelitian	67
Gambar 4. 2 Model Struktural PLS <i>Algorithm</i>	67
Gambar 4. 3 Jalur Hipotesis	82

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	14
Tabel 3. 1 Definisi Oprasional	35
Tabel 3. 2 Kategori dan Skala Likert	40
Tabel 3. 3 <i>Face Validity</i>	42
Tabel 3. 4 Kategori Interval	45
Tabel 4. 1 Responden yang Merupakan Pengguna Parfum Mykonos	55
Tabel 4. 2 Responden yang Menggunakan Parfum Mykonos Dalam 3 Bulan Terakhir	56
Tabel 4. 3 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	57
Tabel 4. 4 Responden Berdasarkan Usia.....	57
Tabel 4. 5 Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	58
Tabel 4. 6 Responden Berdasarkan Status Pekerjaan	59
Tabel 4. 7 Responden Berdasarkan Pendapatan / Uang Saku per Bulan	60
Tabel 4. 8 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Pengetahuan Produk	61
Tabel 4. 9 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Citra Merek.....	63
Tabel 4. 10 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Loyalitas Merek.....	65
Tabel 4. 11 Nilai <i>Outer Loading (Loading Factors)</i>	68
Tabel 4. 12 Nilai <i>Average Extracted (AVE)</i>	69
Tabel 4. 13 Nilai <i>Cross Loading</i>	70
Tabel 4. 14 Nilai <i>Cronbach's Alpha</i> dan <i>Composite Reliability</i>	72
Tabel 4. 15 Nilai <i>Fornell-Larcker</i>	73
Tabel 4. 16 Nilai Adjusted R-Square (R^2).....	74

Tabel 4. 17 Interpretasi Nilai <i>F-Square</i> (F^2)	75
Tabel 4. 18 Nilai <i>F-Square</i> (F^2)	75
Tabel 4. 19 Nilai <i>Q-Square</i> (Q^2)	77
Tabel 4. 20 <i>Path Coefficient</i>	78
Tabel 4. 21 <i>Special Indirect Effect</i>	80
Tabel 4. 22 Jenis Mediasi.....	82

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Pertanyaan Kuesioner	97
Lampiran 2 Kuesioner Google Form	102
Lampiran 3 Jawaban Pertanyaan.....	109
Lampiran 4 Hasil Olah Data	115
Lampiran 5 Jurnal Utama.....	119

**PENGARUH PENGETAHUAN PRODUK TERHADAP LOYALITAS
MEREK DENGAN CITRA MEREK SEBAGAI VARIABEL MEDIASI
STUDI PADA PARFUM MYKONOS**

Disusun Oleh:

Daniel Kristianto

NPM: 210325992

Dosen Pembimbing:

Nadia Nila Sari, SE., MBA

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pengetahuan produk terhadap loyalitas merek dengan citra merek sebagai variabel mediasi pada produk parfum lokal Mykonos. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain cross-sectional. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada 149 responden dan setelah melewati pertanyaan filter, sebanyak 133 responden yang merupakan pengguna parfum Mykonos dari generasi milenial dan generasi Z yang kemudian dijadikan sampel data responden. Metode analisis data menggunakan Structural Equation Modeling berbasis Partial Least Square (SEM-PLS) melalui perangkat lunak SmartPLS.

Kata Kunci: Pengetahuan Produk, Citra Merek, Loyalitas Merek, Mykonos, SEM-PLS