

PENGARUH *BRAND ASSOCIATION* TERHADAP *BRAND LOYALTY* DAN *COMMUNITY BRANDING* SEBAGAI MEDIATOR PADA BARANG *CONVENIENCE GOODS* PERALATAN MANDI DI RW.13 DESA BUMIREJO MALANG

SKRIPSI

Ditulis Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Guna Memperoleh
Gelar Sarjana Psikologi (S.Psi)



Oleh:

**SEKAR AYU WIDYANINGRUM
933413718**

**PROGRAM STUDI PSIKOLOGI ISLAM
FAKULTAS USHULUDDIN DAN DAKWAH
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI KEDIRI
2025**

**PENGARUH *BRAND ASSOCIATION* TERHADAP *BRAND
LOYALTY* DAN *COMMUNITY BRANDING* SEBAGAI
MEDIATOR PADA BARANG *CONVENIENCE GOODS*
PERALATAN MANDI DI RW.13 DESA BUMIREJO MALANG**

SKRIPSI

Diajukan kepada

Institut Agama Islam Negeri Kediri

Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan

Dalam Menyelesaikan Program Sarjana

Oleh :

Sekar Ayu Widyaningrum

933413718

**PROGRAM STUDI PSIKOLOGI ISLAM
FAKULTAS USHULUDDIN DAN DAKWAH
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI KEDIRI
2025**

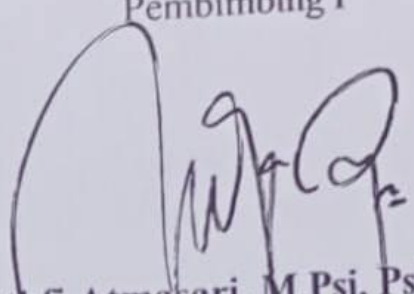
HALAMAN PERSETUJUAN

PENGARUH *BRAND ASSOCIATION* TERHADAP *BRAND LOYALTY* DAN *COMMUNITY BRANDING* SEBAGAI
MEDIATOR PADA KEBUTUHAN BARANG *CONVENIENCE GOODS* PERALATAN MANDI DI RW.13 DESA BUMIREJO
MALANG

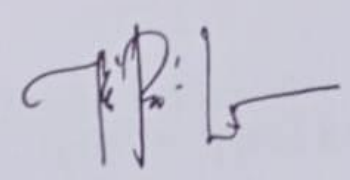
SEKAR AYU WIDYANINGRUM
933413718

Disetujui oleh:

Pembimbing I


Luthfi Atmasari, M.Psi, Psikolog
NIP : 19850427 201503 2 007

Pembimbing II


Ervin Abdillah, MA
NIP : 19850505 202321 1 036

NOTA DINAS

Nomor :
Lampiran : 4 (empat) berkas
Hal : Bimbingan Skripsi

Kediri, 29 Januari 2025

Kepada
Yth, Dekan Fakultas Ushuluddin dan Dakwah
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri
Di
Jl. Sunan Ampel 07 Ngronggo, Kediri

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Memenuhi permintaan Dekan untuk membimbing penyusunan skripsi mahasiswa tersebut di bawah ini:

Nama : SEKAR AYU WIDYANINGRUM
NIM : 933413718
Judul : PENGARUH *BRAND ASSOCIATION* TERHADAP
BRAND LOYALTY DAN *COMMUNITY BRANDING*
SEBAGAI MEDIATOR PADA BARANG
CONVENIENCE GOODS PERALATAN MANDI DI
RW.13 DESA BUMIREJO MALANG

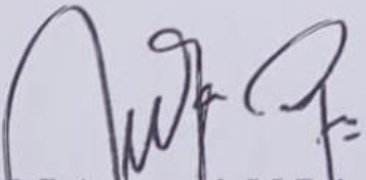
Setelah diperbaiki materi dan susunannya, kami berpendapat bahwa skripsinya telah memenuhi syarat sebagai kelengkapan ujian akhir Sarjana Strata Satu (S1).

Bersama ini terlampir satu berkas naskah skripsinya, dengan harapan dalam waktu yang telah ditentukan dapat diujikan dalam Sidang Munaqasah.

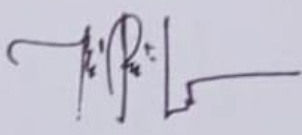
Demikian agar maklum dan atas kesediaan Bapak kami ucapkan banyak terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Pembimbing I


Luthfi Atmasari, M.Psi, Psikolog
NIP : 19850427 201503 2 007

Pembimbing II


Ervin Abdillah, MA
NIP : 19850505 202321 1 036

NOTA PEMBIMBING

Nomor :
Lampiran : 4 (empat) berkas
Hal : Bimbingan Skripsi

Kediri, 24 Januari 2025

Kepada
Yth, Dekan Fakultas Ushuluddin dan Dakwah
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri
Di
Jl. Sunan Ampel 07 Ngronggo, Kediri

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Memenuhi permintaan Dekan untuk membimbing penyusunan skripsi mahasiswa tersebut di bawah ini:

Nama : SEKAR AYU WIDYANINGRUM
NIM : 933413718
Judul : PENGARUH *BRAND ASSOCIATION* TERHADAP
BRAND LOYALTY DAN *COMMUNITY BRANDING*
SEBAGAI MEDIATOR PADA BARANG
CONVENIENCE GOODS PERALATAN MANDI DI
RW.13 DESA BUMIREJO MALANG

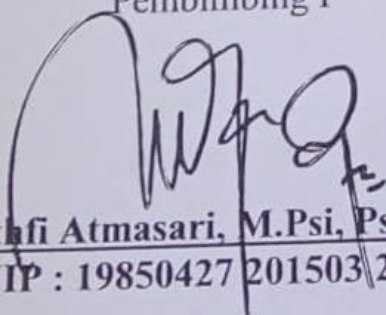
Setelah diperbaiki materi dan susunannya, kami berpendapat bahwa skripsinya telah memenuhi syarat sebagai kelengkapan ujian akhir Sarjana Strata Satu (S1).

Bersama ini terlampir satu berkas naskah skripsinya, dengan harapan dalam waktu yang telah ditentukan dapat diujikan dalam Sidang Munaqasah.

Demikian agar maklum dan atas kesediaan Bapak kami ucapkan banyak terima kasih.

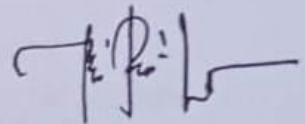
Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Pembimbing I



Luthfi Atmasari, M.Psi, Psikolog
NIP : 19850427 201503 2 007

Pembimbing II



Ervin Abdillah, MA
NIP : 19850505 202321 1 036

HALAMAN PENGESAHAN

PENGARUH *BRAND ASSOCIATION* TERHADAP *BRAND LOYALTY* DAN *COMMUNITY BRANDING* SEBAGAI MEDIATOR PADA BARANG *CONVENIENCE GOODS* PERALATAN MANDI DI RW.13 DESA BUMIREJO MALANG

SEKAR AYU WIDYANINGRUM
933413718

Telah diujikan di depan Sidang Munaqasah
Institut Agama Islam Negeri Kediri
Pada Tanggal 13 Januari 2025

Tim Penguji,

1. Penguji Utama
Dr. Imron Muzakki, M.Psi, Psikolog
NIP. 19711103 200003 1 003
2. Penguji I
Luthfi Atmasari, M.Psi, Psikolog
NIP. 19850427 201503 2 007
3. Penguji II
Ervin Abdillah, MA
NIP. 19850505 202321 1 036

(.....)

(.....)

(.....)

Kediri, 24 Januari 2025
Dekan Fakultas Ushuluddin dan Dakwah IAIN Kediri



Dr. KH. A. Halil Thahir, M.HI
NIP. 19711121 200501 1 006

MOTTO

It's Gonna Be Okay, Like The Hands On The Clock They'll Go In

Circles Back To It's Place

Circles - Seventeen

ABSTRAK

SEKAR AYU WIDYANINGRUM, Dosen Pembimbing (1) Luthfi Atmasari, M.Psi, Psikolog dan Dosen Pembimbing (2) Ervin Abdillah, MA., *Pengaruh Brand Association Terhadap Brand Loyalty Dan Community Branding Sebagai Mediator Pada Barang Convenience Goods Peralatan Mandi Di Rw.13 Desa Bumirejo Malang*. Skripsi, Program Studi Psikologi Islam, Fakultas Ushuluddin dan Dakwah, IAIN Kediri. 2025.

Kata Kunci : *Brand Association, Brand Loyalty, Community Branding*

Dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari seseorang membutuhkan perilaku konsumen yang mencakupi beberapa perilaku yaitu pra-pembelian, pembelian dan pasca pembelian, dalam menghadapi langkah-langkah tersebut konsumen membutuhkan beberapa proses yang diolah yang melibatkan seperti ide, jasa, pikiran maupun pengalaman tentang suatu brand tersebut, dari perilaku tersebut dapat menciptakan suatu loyalitas terhadap merek. Selain itu konsumen akan dapat berperilaku loyal dikarenakan adanya pengaruh dari pengalaman penggunaan suatu barang dari pengalaman penggunaan suatu barang dari orang terdekat seperti orang tua atau keluarga. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui adakah pengaruh *Brand Association* terhadap *Brand Loyalty*, dan adakah pengaruh *Brand Association* terhadap *Brand Loyalty* dan *Community Branding* sebagai mediator.

Desain penelitian ini adalah penelitian kuantitatif, Variabel *Independen* (X) dalam penelitian ini yaitu *Brand Association*, sedangkan Variabel *Dependen* (Y) adalah *Brand Loyalty* dan *Community Branding* sebagai Variabel *Mediator*. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *Cluster Random Sampling*, Jumlah subjek dalam penelitian ini adalah 50 orang yang berada di rt. 13 Desa Bumirejo. Instrumen yang digunakan adalah skala Likert dengan teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi sederhana dan regresi berganda dengan bantuan SPSS versi 24.

Dari hasil penelitian dengan menggunakan uji regresi sederhana dan uji regresi berganda didapatkan bahwa adanya hubungan antara variabel *Brand Assosiation* terhadap *Brand Loyalty* dengan nilai signifikansi sebesar 0.057, sedangkan untuk Variabel *Brand Assosiation* terhadap *Brand Loyalty* dengan *Community Branding* setelah dimasukkannya Mediator mendapatkan nilai signifikansi sebesar 0.013, lalu hasil hubungan antara *Brand Association* terhadap *Community Branding* mendapatkan nilai signifikansi sebesar 0.001 dan hubungan antara *Community Branding* terhadap *Brand Loyalty* mendapatkan nilai signifikansi sebesar 0.104, Namun pada penelitian menunjukkan bahwa *community branding* tidak dapat memediasi variabel *Brand Association* dan *Brand Loyalty* dikarenakan salah satu nilai signifikansi dari uji *Indirect Effect* menghasilkan nilai yang tidak signifikan.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji syukur ssementiasa dihaturkan kehadiran Allah SWT atas segala rahmat, taufik serta hidayah-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul ” Pengaruh *Brand Association* Terhadap *Brand Loyalty* Dan *Community Branding* Sebagai Mediator Pada Barang *Convenience Goods* Peralatan Mandi Di Rw.13 Desa Bumirejo Malang” dengan baik sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) di IAIN Kediri. Shalawat serta salam tetap tercurahan kepada baginda Nabi Muhammad SAW yang telah membimbing kita dari jalan gelap menuju jalan benderang yakni Ad-Dinul Islam Wal Iman.

Penulis menyampaikan terima kasih sedalam-dalamnya kepada berbagai pihak yang telah memberikan bimbingan, arahan, saran dan kritik serta dorongan secara langsung maupun tidak langsung dari awal pengerjaan penulisan skripsi hingga terselesaikannya penulisan skripsi ini. Ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada:

1. Dr. H. Wahidul Anam, M. Ag., selaku Rektor IAIN Kediri.
2. Dr. KH. A.Halil Thahir, M.HI., selaku Dekan Fakultas Ushuluddin dan Dakwah IAIN Kediri.
3. Dr. Rini Risnawita, M.Si., selaku Ketua Program Studi Psikologi Islam IAIN Kediri.
4. Ibu Luthfi Atmasari, M.Psi, Psikolog dan Bapak Ervin Abdillah, MA., selaku dosen pembimbing I dan II yang dengan kesabaran meluangkan waktu dan memberikan bimbingan, arahan dan motivasi, serta nasehat-nasehat dalam menyelesaikan skripsi ini.

5. Terima kasih yang tak terhingga kepada kedua orang tua yang sangat penulis cintai, Bapak Ngatijan dan Ibu Siti Alfaika Nurnia, yang selalu memberikan dukungan dan semangat, baik moral maupun material, serta doa yang tidak pernah berhenti kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
6. Kepada Dewi Istimaghfiroh, Binti Rafi'ah, Tasya Gitta, Isma tuddiniyah, Alvir dan Dwi Ety terima kasih atas dukungan dan semangat kepada penulis selama masa perkuliahan hingga saat ini.
7. Terima kasih kepada teman-teman Psikologi Islam angkatan tahun 2018, khususnya kelas D.
8. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu, yang telah memberikan motivasi dan dukungan moril kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
NOTA DINAS.....	iv
NOTA PEMBIMBING.....	v
HALAMAN PENGESAHAN	vi
MOTTO.....	vii
ABSTRAK.....	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat Penelitian.....	7
E. Penelitian Terdahulu.....	7
F. Definisi Operasional.....	12
G. Hipotesis Penelitian.....	13
BAB II.....	15
LANDASAN TEORI.....	15
A. <i>Brand Loyalty</i>	15
B. <i>Brand Association</i>	21
C. <i>Community Branding</i>	25
D. <i>Convenience Goods</i>	32
E. Pengaruh Antar Variabel.....	33
BAB III.....	35
METODE PENELITIAN.....	35
A. Rencana Penelitian.....	35
B. Variabel Penelitian.....	35

C. Populasi dan Sampel.....	36
D. Teknik Pengumpulan Data	37
E. Instrumen Penelitian.....	38
F. Teknik Analisis Data Inferensial.....	40
BAB IV.....	47
HASIL PENELITIAN.....	47
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	47
B. Uji Inferensial	49
1. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	49
2. Uji Analisis Deskriptif.....	54
3. Uji Normalitas	57
4. Uji Mediator.....	58
BAB V	63
PEMBAHASAN.....	63
A. <i>Brand Association</i> terhadap <i>Brand Loyalty</i>	63
B. <i>Brand Association</i> Terhadap <i>Brand Loyalty</i> dengan <i>Community Branding</i> Sebagai Mediator.....	64
BAB VI.....	67
PENUTUP.....	67
A. Kesimpulan.....	67
B. Saran.....	68
DAFTAR PUSTAKA.....	68
LAMPIRAN	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Skala Likert

Tabel 3.2 *Blueprint Brand Loyalty*

Tabel 3.3 *Blueprint Brand Association*

Tabel 3.4 *Blueprint Community Branding*

Tabel 3.5 Indeks Koefisien Reliabilitas

Tabel 4.1 Jumlah Subjek

Tabel 4.2 Pembelian Barang

Tabel 4.3 Uji Validitas Skala *Brand Loyalty*

Tabel 4.4 Uji Reliabilitas Skala *Brand Loyalty*

Tabel 4.5 Uji Validitas Skala *Brand Association*

Tabel 4.6 Uji Reliabilitas Skala *Brand Association*

Tabel 4.7 Uji Validitas *Community Branding*

Tabel 4.8 Uji Reliabilitas Skala *Community Branding*

Tabel 4.9 Hasil Uji Deskriptif

Tabel 4.10 Pedoman Kategorisasi

Tabel 4.11 Distribusi Kategori Variabel *Brand Loyalty*

Tabel 4.12 Distribusi Kategori Variabel *Brand Association*

Tabel 4.13 Distribusi Kategori Variabel *Community Branding*

Tabel 4.14 Uji Normalitas *Kolmogorov Smirnov*

Tabel 4.15 Uji Regresi *Brand Association* dan *Brand Loyalty*

Tabel 4.16 Uji Regresi *Brand Association* dan *Community Branding*

Tabel 4.17 Uji Regresi Berganda *Community Branding* dan *Brand Loyalty*

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Konsultasi Pembimbing 1
- Lampiran 2 Konsultasi Pembimbing 2
- Lampiran 3 Kuesioner *Brand Association*
- Lampiran 4 Kuesioner *Brand Loyalty*
- Lampiran 5 Kuesioner *Community Branding*
- Lampiran 6 Tabulasi Data *Brand Association*
- Lampiran 7 Tabulasi Data *Brand Loyalty*
- Lampiran 8 Tabulasi Data *Community Branding*