

TESIS

**PENGARUH *BRAND EXPERIENCE*, *BRAND LOYALTY*, DAN
SELF CONGRUITY TERHADAP *POSITIVE WORD OF MOUTH*
DENGAN *BRAND LOVE* SEBAGAI VARIABEL *INTERVENING***

Studi Pada Pelanggan Starbucks Banjarbaru



Oleh:

**SUTAN NAUFAL AL KHADAFI
NIM. 2120318310022**

**PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
BANJARMASIN
2023**

LEMBAR PERSETUJUAN

**JUDUL TESIS : PENGARUH BRAND EXPERIENCE, BRAND LOYALTY,
DAN SELF CONGRUITY TERHADAP POSITIVE WORD OF
MOUTH DENGAN BRAND LOVE SEBAGAI VARIABEL
INTERVENING (STUDI PADA PELANGGAN STARBUCKS
BANJARBARU)**

. N A M A : SUTAN NAUFAL AL KHADAFI

N I M : 2120318310022

Pembimbing ,



Dr. RR. Yulianti Prihatiningrum, SE, M.Si
NIP. 197307272001122001

Mengetahui,

Ketua Program Magister Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Lambung Mangkurat



Dr. Zakhyadi Ariffin, Drs., M.Si
NIP. 196002081987031001

Tanggal Lulus : 20 September 2023



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN

Jalan Brigjend. H. Hasan Basri Banjarmasin 70123 Gedung Pascasarjana Unlam Lantai 1
Telepon/Fax. : (0511) 3302593 <http://www.mm-unlam.ac.id> e-mail: pmm@unlam.ac.id

PERSETUJUAN PERBAIKAN TESIS

Tim penguji tesis Program Magister Manajemen Universitas Lambung Mangkurat menyatakan bahwa:

N A M A : SUTAN NAUFAL AL KHADAFI
N I M : NIM.2120318310022
Judul Tesis : PENGARUH BRAND EXPERIENCE, BRAND LOYALTY, DAN SELF CONGRUITY TERHADAP POSITIVE WORD OF MOUTH DENGAN BRAND LOVE SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (STUDI PADA PELANGGAN STARBUCKS BANJARBARU)
Hari, Tanggal : 30 SEPTEMBER 2023

Telah menyelesaikan perbaikan sesuai dengan yang disarankan. Hal-hal yang diperbaiki tercantum dalam lampiran persetujuan ini.

NO.	NAMA PENGUJI	JABATAN	TANDA TANGAN
1.	<u>Prof. Laila Refiana Said, S.Psi, M.Si, Ph.D.</u>	Ketua	
2.	<u>Arief Budiman, SE, MMKTG, Ph.D.</u>	Sekretaris	



Mengetahui,
Ketua Program Magister Manajemen
Universitas Lambung Mangkurat

Dr. Sedyadi Ariffin, Drs., M.Si
NIP. 19600208 198703 1 001

Banjarmasin, 20 September 2023
Menyetujui Pembimbing,

Dr. RR. Yulianti Prihatiningrum, SE, M.Si
NIP. 197307272001122001

LEMBAR PENGESAHAN

PENGARUH BRAND EXPERIENCE, BRAND LOYALTY, DAN SELF CONGRUITY TERHADAP POSITIVE WORD OF MOUTH DENGAN BRAND LOVE SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (STUDI PADA PELANGGAN STARBUCKS BANJARBARU)

T E S I S

OLEH

**SUTAN NAUFAL AL KHADAFI
NIM.2120318310022**

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji Tesis dan dinyatakan diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Magister Manajemen (M.M.) pada tanggal : 20 September 2023

Susunan Tim Penguji

Ketua,
Prof. Laila Refiana Said, S.Psi, M.Si,
Ph.D.
NIP. 197009132005012003



Sekretaris,
Arief Budiman, SE, MMKTG, Ph.D.
NIP. 197601222000121001



Pembimbing,
Dr. RR. Yulianti Prihatiningrum, SE,
M.Si
NIP. 197307272001122001



Mengetahui,

Dr. Zakhyadi Ariffin, Drs., M.Si

NIP. 196002081987031001

PERNYATAAN ORISINALITAS TESIS

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa sepanjang pengetahuan saya, didalam naskah **TESIS** saya yang berjudul:

PENGARUH *BRAND EXPERIENCE*, *BRAND LOYALTY*, DAN *SELF CONGRUITY* TERHADAP *POSITIVE WORD OF MOUTH* DENGAN *BRAND LOVE* SEBAGAI VARIABEL *INTERVENING*

Tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu Perguruan Tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini yang disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah **TESIS** ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur **PLAGIASI**, saya bersedia **TESIS** ini digugurkan dan gelar akademik yang telah saya peroleh (**M.M.**) dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundangundangan yang berlaku (**UU No. 20 Tahun 2003, Pasal 25 ayat 2 dan Pasal 70**).

Banjarmasin, 25 Agustus 2023

Yang membuat pernyataan,



SUTAN NAUFAL AL KHADAFI
NIM. 2120318310022

ABSTRACT

Sutan Naufal Al Khadafi, Effects of Brand Experience, Brand Loyalty, and Self Congruity on Positive Word of Mouth with Brand Love as an Intervening Variable. Yulianti Prihatiningrum (Supervisor)

Keywords: brand experience, brand loyalty, self congruity, brand love, positive word of mouth

This study aims to determine and analyze the influence of brand experience, brand loyalty, self congruity on positive word of mouth through brand love, brand love as an intervening variable in the relationship between brand experience, brand loyalty, self congruity on positive word of mouth in shop customers Starbucks coffee.

This research method uses a questionnaire with 184 Starbucks Banjarbaru customers as samples and has been selected from a population of all customers. Variable measurement uses the Likert Scale technique with a weight scale from 1 to 5. Data analysis uses the partial least squares with the help of the SmartPLS program.

The results of the study conclude that brand experience, the brand loyalty, and the self congruity have a positive effect on positive word of mouth. Brand love mediates the effects of brand experience, brand loyalty, self congruity on positive word of mouth.

Banjarmasin, December 6, 2023

Approved by:

Head of Language Center



Dr. Jumariati, M. Pd.

NIP. 1976080620011220



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN,
RISET, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
UPA BAHASA ULM
Jalan Brigjen H. Hasan Basry Kotak Pos 70123 Banjarmasin
Telepon/Fax.: (0511) 3308140

SURAT KETERANGAN

NO: 182/UN8.16/BS/2023

Bersama ini kami menerangkan bahwa Abstrak bahasa Inggris dari judul Thesis:
***“Effects of Brand Experience, Brand Loyalty, and Self Congruity on Positive
Word of Mouth with Brand Love as an Intervening Variable”*** yang disusun oleh:

Nama Mahasiswa : Sutan Naufal Al Khadafi
Nim : 2120318310022
Jurusan/Fakultas : Magister Manajemen
Program : Magister

telah diverifikasi bahasa Inggris yang digunakan sesuai dengan makna dari abstrak
asli yang ditulis oleh mahasiswa tersebut di atas. (Abstrak terlampir) Demikian Surat
Keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Banjarmasin, December 6, 2023
Kepala,



Dr. Jumariati, M. Pd.
NIP. 197608062001122002

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT. yang telah memberikan rahmat, taufiq serta hidayah-nya, sehingga penulis mampu menyelesaikan tesis yang berjudul “Pengaruh *Brand Experience*, *Brand Loyalty*, dan *Self Congruity* terhadap *Positive Word Of Mouth* dengan *Brand Love* sebagai Variabel *Intervening*”. Tesis ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Magister Manajemen di Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin. Penulis menyadari dalam menyelesaikan tesis ini tidak lepas dari bantuan beberapa pihak. Oleh karena itu penulis menyampaikan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada :

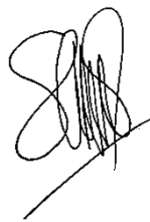
1. Prof. Dr. Ahmad Alim Bachri, S.E., M.Si., selaku Rektor Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin yang sudah memberikan kesempatan kepada penulis untuk dapat menimba ilmu di Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin.
2. Dr. Zakhyadi Ariffin, M.Si selaku Ketua Program Magister Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang selalu memberikan surat izin agar dapat melakukan penelitian atau kegiatan perkuliahan di Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin.
3. Dr. RR. Yulianti Prihatiningrum, SE, M.Si selaku Dosen Pembimbing Tesis yang selalu meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, arahan, kritik serta saran yang membangun selama proses penelitian dan penyusunan tesis, sehingga tesis ini dapat terselesaikan dengan baik.
4. Prof. Laila Refiana Said, S.Psi, M.Si, Ph.D. selaku ketua penguji yang selalu meluangkan waktu untuk memberikan arahan, kritik, saran yang membangun serta menguji penelitian dan penyusunan tesis, sehingga tesis ini dapat

terselesaikan dengan baik.

5. Arief Budiman, SE, MMKTG, Ph.D. selaku wakil penguji yang selalu meluangkan waktu untuk memberikan arahan, kritik, saran yang membangun serta menguji penelitian dan penyusunan tesis, sehingga tesis ini dapat terselesaikan dengan baik.
6. Segenap Dosen Pengajar di Program Magister Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin yang telah rela memberikan banyak ilmu kepada penulis
7. Semua pihak yang tidak dapat dituliskan satu persatu yang telah memberikan bantuan, dukungan, doa serta semangat.

Penulis menyadari bahwa tesis ini masih banyak terdapat kekurangan dan keterbatasan . maka dari itu, penulis sangat mengharapkan kritik san saran yang bersifat membangun dari berbagai pihak, penulis berharap agar tesis ini bisa bermanfaat bagi semua pihak.

Banjarmasin, 25 Agustus 2023



Sutan Nautal Al Khadafi

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMBUNG DEPAN	i
HALAMAN SAMBUNG DALAM	ii
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT.....	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	11
1.3 Tujuan Penelitian.....	12
1.4 Manfaat Penelitian	12
1.5 Sistematika Penelitian.....	14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	16
2.1 Landasan Teori	16
2.1.1 <i>Theory Stimulus Organism Respons (SOR)</i>	16
2.1.2 <i>Brand Experience</i>	18
2.1.3 <i>Brand loyalty</i>	28
2.1.4 <i>Self congruity</i>	37
2.1.5 <i>Brand Love</i>	46
2.1.6 <i>Positif Word of Mouth (WOM)</i>	56
2.2 Keterkaitan Antar Variabel.....	64
2.3 Hasil Penelitian Sebelumnya	72
BAB III MODEL PENELITIAN DAN HIPOTESIS	75
3.1 Model Penelitian.....	75
3.2 Hipotesis Penelitian	76
3.2.1 Pengaruh <i>Brand Experience</i> Dengan Positif WOM	76
3.2.3 Pengaruh <i>Self congruity</i> Dengan Positif WOM.....	78
3.2.4 Pengaruh <i>Brand love</i> Memediasi <i>Brand love</i> Dengan Positif WOM	81
3.2.5 Pengaruh <i>Brand love</i> Memediasi <i>Brand loyalty</i> Dengan Positif WOM	83
3.2.6 Pengaruh <i>Brand love</i> Memediasi <i>Self congruity</i> Dengan Positif WOM.....	83
BAB IV METODE PENELITIAN	85
4.1 Jenis dan Tempat Penelitian	85
4.2 Unit Analisis	85
4.3 Populasi dan Sampel.....	86
4.4 Teknik Sampling.....	87
4.5 Variabel dan Definisi Operasional Variabel.....	88
4.6 Pengukuran Variabel	89
4.7 Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian	89

	4.8 Metode Pengumpulan Data	90
	4.9 Metode Analisis Data	91
BAB V	HASIL PENELITIAN.....	94
	5.1 Gambaran Umum dan Objek Penelitian	94
	5.2 Karakteristik Responden.....	94
	5.3 Analisis Deskriptif Jawaban Responden	99
	5.4 Uji Evaluasi Model.....	105
	5.5 Pengujian Hipotesis	111
	5.6 Pembahasan	114
	5.7 Implikasi Hasil Penelitian.....	120
	5.8 Keterbatasan penelitian.....	122
BAB VI	HASIL PENELITIAN	124
	6.1 Kesimpulan.....	124
	6.2 Saran	124
	DAFTAR PUSTAKA	126

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Sebelumnya.....	26
Tabel 4.1. Kriteria Pemilihan Sampel.....	33
Tabel 4.2. Sampel Penelitian	34

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Laju Pertumbuhan PDB	1
Gambar 3.1 Model Penelitian	81