

PENGARUH *BRAND EXPERIENCE*, *BRAND LOVE* DAN *BRAND LOYALTY* TERHADAP *WILLINGNESS TO PAY A PREMIUM* PADA PEMBELIAN *MERCHANDISE* K-Pop NCT OLEH NCTzen

HIDAYATUS SYIBYAN

NIM: 2210312320045



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
BANJARMASIN**

2026

PENGARUH *BRAND EXPERIENCE*, *BRAND LOVE* DAN *BRAND LOYALTY* TERHADAP *WILLINGNESS TO PAY A PREMIUM* PADA PEMBELIAN *MERCHANDISE K-Pop* NCT OLEH NCTzen

HIDAYATUS SYIBYAN

NIM. 2210312320045

SKRIPSI

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
SARJANA MANAJEMEN**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
BANJARMASIN**

2026

LEMBAR LEGALITAS
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT

Judul : Pengaruh *Brand experience*, *Brand Love* dan *Brand Loyalty* terhadap *Willingness To Pay a Premium* pada pembelian *merchandise* NCT oleh NCTzen

Nama : Hidayatus Syibyan

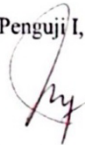
NIM 2210312320045

disetujui,
Pembimbing,



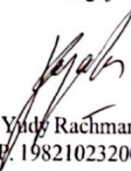
Prof. Hj. Laila Refiana Said, S.Psi, M.Si, Ph.D
NIP. 197009132005012003

Penguji I,



Dr. H.M. Riza Firdaus, SE, MM
NIP. 19670909 199303 1001

Penguji II,



M. Yudy Rachman, SE, MM
NIP. 198210232005011001

diketahui,

Koordinator Prodi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Lambung Mangkurat



Abdul Hadi, SE, M.Si
NIP. 19700707 200501 1 001

Tanggal lulus : 13 Juli 2026

LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT

Nama : Hidayatus Syibyan
NIM : 2210312320045
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh *Brand Experience*, *brand love* dan *Brand loyalty* terhadap *willingness to pay a premium* pada pembelian *merchandise k-pop* NCT oleh NCTzen

Matakuliah Pokok : Manajemen Pemasaran
Hari, Tanggal Ujian : Senin, 13 Juli 2026
Waktu Ujian : 09.00 – 11.00 WITA
Tempat Ujian : Ruang Ujian 1 Gedung A

Tim Penguji

Pembimbing : Prof. Hj. Laila Refiana Said, S.Psi, M.Si, Ph.D



Penguji I : Dr. H.M. Riza Firdaus, SE, MM



Penguji II : M. Yudy Rachman, SE, MM



BERITA ACARA PERBAIKAN SKRIPSI

Berdasarkan hasil ujian yang telah dilaksanakan oleh mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat:

Nama : Hidayatus Syibyan
NIM : 2210312320045
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh *Brand Experience*, *brand love* dan *Brand loyalty* terhadap *willingness to pay a premium* pada pembelian *merchandise k-pop* NCT oleh NCTzen

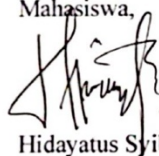
Mata Kuliah Pokok : Manajemen Pemasaran
Hari, Tanggal Ujian : Senin, 13 Juli 2026
Waktu Ujian : 09.00 – 11.00
Tempat Ujian : Ruang Ujian 1 Gedung A

Dengan ini telah melakukan perbaikan skripsi berdasarkan saran Tim Penguji.

Demikian berita acara perbaikan skripsi yang telah mendapat persetujuan.

Banjarmasin, 06 Juli 2026

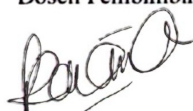
Mahasiswa,



Hidayatus Syibyan

NIM. 2210312320045

Dosen Pembimbing,



Prof. Hj. Laila Refiana Said, S.Psi, M.Si, Ph.D

NIP. 197009132005012003

Mengetahui,

Ketua Jurusan Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Lambung Mangkurat



Abdul Hadi, SE, M.Si

NIP. 19700707 200501 1 001

SURAT PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI

Banjarmasin, 13 Juli 2026

No. : -
Hal : Persetujuan Perbaikan Skripsi
Lampiran : 3 (tiga) surat asli

Kepada Yth.
Ketua Jurusan Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat
di tempat

Sehubungan dengan hasil ujian skripsi dan saran perbaikan skripsi yang diberikan oleh dosen, maka saya atas nama:

Nama : Hidayatus Syibyan
NIM : 2210312320045
Judul Skripsi : Pengaruh *Brand Experience*, *brand love* dan *Brand loyalty* terhadap *willingness to pay a premium* pada pembelian *merchandise k-pop* NCT oleh NCTzen
Tanggal Ujian : Senin, 13 Juli 2026

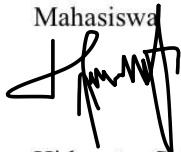
Nama/NIP Dosen	Jabatan	Tanggal disetujui	Tanda Tangan
Prof. Hj. Laila Refiana Said, S.Psi, M.Si, Ph.D NIP. 197009132005012003	Pembimbing	13 Juli 2026	

Menyatakan bahwa benar telah melakukan perbaikan skripsi dengan benar dan sesuai saran yang diberikan pada saat ujian skripsi dan diketahui oleh Dosen Pembimbing dan diberikan persetujuan untuk melanjutkan proses administrasi selanjutnya.

Demikianlah surat ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya. Atas perhatian dan kerjasamanya, diucapkan terima kasih.

Yang membuat,

Mahasiswa



Hidayatus Syibyan
NIM. 2210312320045



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
Jalan Brigjen H. Hasan Basry Banjarmasin 70123
Telepon : (0511) 3305116 Laman : <http://feb.ulm.ac.id>

BERITA - ACARA

(UJIAN SKRIPSI UNTUK MEMPEROLEH GELAR SARJANA MANAJEMEN)

Pada hari ini **Senin** tanggal **13 Juli 2026** Panitia Ujian Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin yang telah diangkat oleh Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin dengan Surat Keputusan **No. 004.92/UN8.1.12/SP/2026** tanggal **12 Juli 2026**.

Telah mengambil Ujian Skripsi untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen atas ;

1. Nama calon : **HIDAYATUS SYIBYAN**
2. Nomor Mahasiswa : **2210312320045**
3. Tempat Ujian : **Ruang Ujian 1**
4. Ujian dilaksanakan : dari Jam **09.00 Wita**
s/ d Jam **11.00 Wita**
5. Hasil Ujian dengan nilai : **83 (A)**

Demikian berita acara ini dibuat dengan sebenarnya.

Banjarmasin, **13 Juli 2026**

Tanda tangan calon,

HIDAYATUS SYIBYAN

Pembimbing

LAILA REFIANA SAID, S.Psi, M.Si, Ph.D

PANITIA UJIAN
Penguji 1

Dr. H. M. RIZA FIRDAUS, SE, MM

Penguji 2

M. YUDY RACHMAN, SE, MM

SERTIFIKAT BEBAS PLAGIASI



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PROGRAM STUDI MANAJEMEN

Alamat : Fakultas Ekonomi Unlam, Jl Brigjend H.Hasan Basry, BANJARMASIN - 70123 Tlp & Fax (0511) 3305116

SERTIFIKAT BEBAS PLAGIASI

Nomor: 66/UN8.1.12.3/JTAM.2.2026

Diberikan Kepada :

Nama : HIDAYATUS SYIBYAN
NIM : 2210312320045
Program Studi : MANAJEMEN FEB ULM
Judul Artikel : PENGARUH BRAND EXPERIENCE, BRAND LOVE, DAN BRAND LOYALTY TERHADAP WILINGNESS TO PAY A PREMIUM PADA PEMBELIAN MERCHANDISE K-POP NCT OLEH NCTZEN

Telah dideteksi tingkat kemiripan (plagiasi) dengan *software Turnitin* dengan hasil deteksi sebesar 10%, karena itu artikel JTAM ini dinyatakan bebas plagiasi sesuai SK Rektor Nomor 053/UN8/PK/2017

Banjarmasin, 22 Juli 2026

Koordinator Prodi


Abdul Hadi, SE/M.Si
NIP. 19700707 200501 1 001



PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN/ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Hidayatus Syibyan
NIM : 2210312320045
Program Studi : S1 Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Perguruan Tinggi : Universitas Lambung Mangkurat
Judul : “Pengaruh *Brand Experience*, *brand love* dan *Brand loyalty* terhadap *willingness to pay a premium* pada pembelian *merchandise k-pop NCT* oleh NCTzen”

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa Skripsi yang saya tulis ini benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri, bukan merupakan pengambil alihan tulisan atau pikiran orang lain yang saya akui sebagai tulisan atau pikiran saya sendiri, kecuali dicantumkan sebagai kutipan/acuan dalam naskah dengan disebutkan sumber kutipan/acuan.

Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan Skripsi hasil jiplakan, plagiat maupun manipulasi, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Demikian pernyataan ini saya buat dalam keadaan sehat dan tanpa paksaan dari siapapun

Banjarmasin, 13 Juli 2026

Yang membuat pernyataan



Hidayatus Syibyan
NIM. 2210312320045

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah rabbil ‘alamin, segala puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah Subhanahu wa Ta’ala atas segala rahmat, taufik, dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh *Brand Experience*, *Brand Love*, dan *Brand Loyalty* terhadap *Willingness to Pay a Premium* pada Pembelian *Merchandise K-Pop NCT* oleh *NCTzen*”** dengan baik. Shalawat serta salam senantiasa tercurah kepada Nabi Muhammad Shallallahu ‘alaihi wasallam, beserta keluarga, sahabat, dan seluruh pengikut beliau hingga akhir zaman.

Penyusunan skripsi ini dilakukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Lambung Mangkurat. Penulis menyadari bahwa proses penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, dukungan, bimbingan, serta doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan kontribusi dalam penyelesaian skripsi ini.

Secara khusus, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ahmad Alim Bachri, S.E., M.Si, selaku Rektor Universitas Lambung Mangkurat.
2. Bapak Dr. Ahmad Yunani, S.E., M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat.
3. Bapak Abdul Hadi, S.E., M.Si, selaku Koordinator Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat.

4. Ibu Prof. Hj. Laila Refiana Said, S.Psi., Ph.D selaku dosen pembimbing Skripsi serta pemberi konsultasi yang baik sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak Dr. H. M. Riza Firdaus, SE, MM selaku dosen penguji I yang telah memberikan saran serta motivasi untuk penulis.
6. Bapak M.Yudy Rachman, SE, MM selaku dosen penguji II yang telah memberikan saran serta motivasi untuk penulis.
7. Kepada kedua orang tua tercinta, yang senantiasa memberikan kasih sayang, doa, dukungan, motivasi, serta pengorbanan yang tiada henti kepada penulis selama menempuh pendidikan hingga penyusunan skripsi ini dapat diselesaikan.
8. Kepada sahabat-sahabat penulis, Zaki, Syifa, Firyal, Zulfa, Risma, Erie, Sa'adah, Auna, Selma, Ratu, Aulia, dan Andre yang selalu memberikan bantuan, motivasi, perhatian, serta menjadi tempat berbagi cerita dan pengalaman selama proses perkuliahan dan penyusunan skripsi.
9. Teman-teman kelas Manajemen Reguler D 2022, terima kasih atas kebersamaannya dalam belajar, baik itu di kelas maupun di luar kelas.
10. Para responden yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner penelitian yang telah penulis buat.
11. *Last but not least I wanna thank me, I wanna thank me for believing in me, I wanna thank me for doing all this hard work, I wanna thank me for having days off, I wanna thank me for never quitting, I wanna thank me for always being a giver and tryna give more than I receive, I wanna thank me for tryna do more right than wrong, I wanna thank me for just being at all times.*

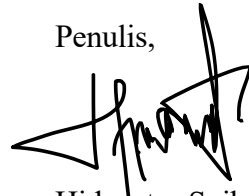
Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki keterbatasan dan jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun sebagai bahan perbaikan dan penyempurnaan karya ilmiah ini di masa yang akan datang.

Penulis berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat, menambah wawasan, serta menjadi referensi bagi pembaca dan penelitian selanjutnya. Pada kesempatan ini, penulis juga menyampaikan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan, dukungan, dan doa selama proses penyusunan skripsi ini, termasuk pihak-pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

Akhir kata, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya atas segala bantuan dan kebaikan yang telah diberikan. Semoga segala bantuan, dukungan, dan amal baik yang diberikan mendapatkan balasan serta ridha dari Allah Subhanahu wa Ta'ala. Aamiin ya Rabbal 'Alamin.

Banjarmasin, 13 juli 2026

Penulis,



Hidayatus Syibyan

2210312320045

ABSTRACT

Hidayatus Syibyan. 2026. The Effect Of Brand Experience, Brand Love, And Brand Loyalty On Willingness To Pay A Premium In The Purchase Of Nct K-Pop Merchandise By Nctzen. Advisor: Laila Refiana Said.

This study aims to analyze the influence of Brand Experience, Brand Love, and Brand Loyalty on Willingness to Pay a Premium in the purchase of NCT K-Pop merchandise among NCTzen. The study examines the partial and simultaneous effects of these variables on consumers' willingness to pay premium prices for official NCT merchandise.

This research employed a quantitative approach using a survey method through the distribution of structured questionnaires. The sample consisted of 167 NCTzen respondents who had purchased NCT merchandise and were selected using purposive sampling. Data were analyzed using multiple linear regression analysis with the assistance of IBM SPSS Statistics.

The results indicate that Brand Experience does not have a significant effect on Willingness to Pay a Premium. In contrast, Brand Love and Brand Loyalty have a positive and significant effect on Willingness to Pay a Premium. Furthermore, Brand Experience, Brand Love, and Brand Loyalty simultaneously have a significant effect on Willingness to Pay a Premium. These findings suggest that NCTzen's willingness to pay premium prices for official NCT merchandise is influenced more by emotional attachment and loyalty toward NCT than by brand experience alone.

Keywords: *Brand Experience, Brand Love, And Brand Loyalty On Willingness To Pay A Premium*

ABSTRAKSI

Hidayatus Syibyan. 2026. Pengaruh Pengalaman Merek, Cinta Merek, dan Loyalitas Merek terhadap Kesiediaan Membayar Harga Premium dalam Pembelian Merchandise K-Pop NCT oleh NCTzen. Pembimbing: Laila Refiana Said.

Studi ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Pengalaman Merek, Cinta Merek, dan Loyalitas Merek terhadap Kesiediaan Membayar Harga Premium dalam pembelian merchandise K-Pop NCT di kalangan NCTzen. Studi ini meneliti pengaruh parsial dan simultan dari variabel-variabel tersebut terhadap kesiediaan konsumen untuk membayar harga premium untuk merchandise resmi NCT.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei melalui penyebaran kuesioner terstruktur. Sampel terdiri dari 167 responden NCTzen yang telah membeli merchandise NCT dan dipilih menggunakan purposive sampling. Data dianalisis menggunakan analisis regresi linier berganda dengan bantuan IBM SPSS Statistics.

Hasil menunjukkan bahwa Pengalaman Merek tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap Kesiediaan Membayar Harga Premium. Sebaliknya, Cinta Merek dan Loyalitas Merek memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kesiediaan Membayar Harga Premium. Lebih lanjut, Pengalaman Merek, Kecintaan pada Merek, dan Loyalitas Merek secara simultan memiliki pengaruh signifikan terhadap Kesiediaan Membayar Harga Premium. Temuan ini menunjukkan bahwa kesiediaan NCTzen untuk membayar harga premium untuk merchandise resmi NCT lebih dipengaruhi oleh keterikatan emosional dan loyalitas terhadap NCT daripada hanya oleh pengalaman merek saja.

Kata kunci: Pengalaman Merek, Kecintaan pada Merek, dan Loyalitas Merek terhadap Kesiediaan Membayar Harga Premium

DAFTAR ISI

LEMBAR LEGALITAS	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
BERITA ACARA PERBAIKAN SKRIPSI	v
SURAT PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI	vi
BERITA ACARA	vii
SERTIFIKAT BEBAS PLAGIASI	viii
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN/ORISINALITAS.....	ix
KATA PENGANTAR.....	x
<i>ABSTRACT</i>	xiii
ABSTRAKSI.....	xiv
DAFTAR TABEL.....	xviii
DAFTAR GAMBAR.....	xix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	11
1.3 Tujuan Penelitian	11
1.4 Manfaat Penelitian.....	12
1.5 Sistematika Pembahasan.....	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	13
2.1 Landasan Teori	13
2.1.1 <i>Willingness to pay a premium</i>	13
2.1.2 <i>Brand Experience</i>	15
2.1.3 <i>Brand Love</i>	16
2.1.4 <i>Brand Loyalty</i>	19
2.2 Penelitian Sebelumnya	21
BAB III KERANGKA KONSEPTUAL DAN HIPOTESIS	26
3.1 Kerangka Konseptual	26
3.2 Hipotesis Penelitian	27

3.2.1	Pengaruh <i>Brand Experience</i> terhadap <i>Willingness to pay a premium</i>	27
3.2.2	Pengaruh <i>Brand Love</i> Terhadap <i>Willingness to pay a premium</i>	28
3.2.3	Pengaruh <i>Brand Loyalty</i> Terhadap <i>Willingness to pay a premium</i>	29
BAB IV METODE PENELITIAN		31
4.1	Ruang Lingkup Penelitian	31
4.2	Jenis Penelitian	31
4.3	Tempat/Lokasi Penelitian	32
4.4	Unit Analisis	32
4.5	Populasi dan Sampel	33
4.5.1	Populasi	33
4.5.2	Sampel	33
4.5.3	Teknik Pengambilan sampel	34
4.6	Variabel dan Definisi Operasional Variabel	35
4.6.1	Variabel	35
4.6.2	Definisi Operasional Variabel	36
4.7	Teknik Pengumpulan Data.....	37
4.8	Teknik Analisis Data.....	39
4.8.1	Uji Instrumen.....	39
4.8.2	Uji Asumsi Klasik	40
4.8.3	Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	43
4.8.4	Uji Hipotesis Parsial (Uji t)	44
4.8.5	Uji Hipotesis Serentak (Uji F)	45
BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN		46
5.1.	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	46
5.2.	Hasil dan Analisis	48
5.2.1.	Uji <i>Outlier</i>	48
5.2.2.	Karakteristik Responden.....	50
5.2.3.	Deskripsi Statistik Variabel Penelitian.....	57
5.2.4.	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	64
5.2.5.	Uji Asumsi Klasik	70
5.2.6.	Analisis Data	76
5.2.7.	Hasil Pengujian Hipotesis.....	79
5.2.8.	Pembahasan Hasil Penelitian.....	80
5.2.9.	Implikasi Hasil Penelitian.....	84
5.2.10.	Keterbatasan Penelitian	85
BAB IV.....		87

PENUTUP	87
6.1 Kesimpulan.....	87
6.2 Saran.....	87
DAFTAR PUSTAKA	89
LAMPIRAN	93
KUESIONER PENELITIAN	94