

**PENGARUH FASHION INNOVATIVENESS DAN BRAND
LOVE TERHADAP BRAND LOYALTY
(Studi Pada Brand Clothing Lokal Di Kota Malang)**

SKRIPSI

Untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Manajemen Bisnis



disusun oleh :

RINALDO AZHAR HIDAYAT

K.2022.4.35594

MANAJEMEN

Pemasaran

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI (STIE)

MALANGKUÇEWARA

MALANG

2025

LEMBAR PENGESAHAN

SKRIPSI

-PENGARUH FASHION INNOVATIVENESS DAN BRAND LOVE TERHADAP BRAND LOYALTY
(STUDI PADA BRAND CLOTHING LOKAL DI KOTA MALANG)

Oleh :

RINALDO AZHAR HIDAYAT

K.2022.4.35594

Telah dipertahankan di depan dosen penguji pada tanggal :

22 Agustus 2025 dan dinyatakan LULUS

Menyetujui,

Dosen Pembimbing

YUYUK LIANA, S.E., M.M.

Mengetahui,

Ketua STIE Malangkuçewara

Drs. BUNYAMIN, M.M., Ph.D.
NIK 202.710.182

PERNYATAAN ORISINALITAS

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa sepanjang pengetahuan saya, di dalam naskah skripsi ini 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 dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur jiplakan, saya bersedia Skripsi dibatalkan serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (UU nomor 20 tahun 2003, pasal 25 ayat 2 dan pasal 70)

Malang,



Mahasiswa

NPK:

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ketua STIE Malangkuçeçwara, Bapak Drs. Bunyamin, M.M., Ph.D., atas dukungan dan fasilitas yang diberikan selama masa studi.
2. Ketua Program Studi, Ibu Dra. Lindananti, M.M., yang telah memberikan arahan dan semangat selama proses penyusunan skripsi ini.
3. Dosen Pembimbing, Ibu Yuyuk Liana, S.E., M.M., atas bimbingan, motivasi, dan ilmu yang telah diberikan dengan penuh kesabaran selama proses penelitian hingga selesainya penulisan skripsi ini.
4. Pimpinan perusahaan tempat penelitian dilakukan, yang telah memberikan kesempatan dan data yang dibutuhkan dalam pelaksanaan penelitian.
5. Rekan-rekan penulis dan semua pihak yang telah memberikan bantuan, dukungan, serta semangat, sehingga proses penyusunan skripsi ini dapat berjalan dengan lancar.

Sujud dan terima kasih yang mendalam penulis sampaikan kepada Ayah dan Bunda tercinta atas segala doa, kasih sayang, pengorbanan, serta dorongan moral yang tak pernah henti mengiringi setiap langkah penulis.

Ucapan terima kasih secara khusus juga penulis sampaikan kepada Semua pihak yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu yang telah banyak membantu dalam menyelesaikan penelitian skripsi yang saya tulis ini

Akhir kata, semoga segala bentuk bantuan dan dukungan yang telah diberikan menjadi amal kebaikan yang mendapatkan balasan terbaik dari Allah SWT.

Malang, 8 Agustus 2025

Penulis,

Rinaldo Azhar Hidayat

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh fashion innovativeness dan brand love terhadap brand loyalty pada merek clothing lokal di Kota Malang. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh pertumbuhan industri kreatif di Indonesia, khususnya sektor fashion, yang menghadapi persaingan ketat, sehingga loyalitas merek menjadi faktor kunci untuk bertahan. Penelitian ini berfokus pada konsumen muda di Kota Malang, yang dianggap sebagai pasar potensial. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan jenis explanatory research. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang disebarakan kepada 150 responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa fashion innovativeness dan brand love memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap brand loyalty. Temuan ini mengindikasikan bahwa konsumen yang inovatif dalam berbusana dan memiliki kecintaan terhadap suatu merek cenderung lebih loyal. Hasil ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang menemukan hubungan kuat antara brand love dan brand loyalty.

Keywords— *Fashion Innovativeness, Brand Love, Brand Loyalty, Brand Clothing Lokal*

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of fashion innovativeness and brand love on brand loyalty for local clothing brands in Malang City. The research is motivated by the growth of the creative industry in Indonesia, particularly the fashion sector, which faces fierce competition, making brand loyalty a key factor for survival. This research focuses on young consumers in Malang City, who are considered a potential market. The research method used is a quantitative approach with an explanatory research design. Data was collected through a questionnaire distributed to 150 respondents. The results show that both fashion innovativeness and brand love have a positive and significant influence on brand loyalty. These findings indicate that consumers who are innovative in their fashion choices and have a sense of love for a brand tend to be more loyal. These results are consistent with previous research that found a strong relationship between brand love and brand loyalty.

Keywords— *Fashion Innovativeness, Brand Love, Brand Loyalty, Local Clothing Brand*

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji syukur ke hadirat **Tuhan Yang Maha Esa**, atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul:

“Pengaruh Fashion Innovativeness dan Brand Love Terhadap Brand Loyalty (Studi pada Brand Clothing Lokal di Kota Malang)”

Di dalam skripsi ini disajikan pokok-pokok bahasan yang meliputi: latar belakang permasalahan, landasan teori, metodologi penelitian, hasil penelitian, pembahasan, serta kesimpulan dan saran.

Sangat disadari bahwa dengan keterbatasan kemampuan yang dimiliki, penyusunan skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi perbaikan di masa yang akan datang. Harapannya, karya tulis ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca serta menjadi tambahan wawasan dalam bidang ilmu manajemen, khususnya mengenai perilaku konsumen pada industri fashion.

Malang, 8 Agustus 2025

Penulis,

(Rinaldo Azhar Hidayat)

DAFTAR ISI

JUDUL HALAMAN.....	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
LEMBAR RIWAYAT HIDUP.....	iv
UCAPAN TERIMA KASIH	v
ABSTRAK.....	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I	1
Pendahuluan.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Manfaat Penelitian.....	10
BAB II	16
Kajian pustaka.....	16
2.1 Tinjauan Teoritis	16
2.1.1 <i>Brand</i>	16
2.1.2 Fashion Innovativeness.....	17
2.1.2.1 Pengertian Fashion Innovativeness	17
2.1.2.2 Faktor-Faktor Fashion Innovativeness	18
2.1.2.3 Indikator Fashion Innovativeness.....	19

2.1.3 Brand Love.....	21
2.1.3.1 Pengertian <i>Brand Love</i>	21
2.1.3.2 Indikator Brand Love.....	23
2.1.5 Brand Loyalty	25
2.1.5.1 Pengertian <i>Brand Loyalty</i>	25
2.1.5.2 Indikator <i>Brand Loyalty</i>	26
2.2 Penelitian Terdahulu.....	27
2.3 Kerangka Konseptual	37
2.4 Hipotesis Penelitian.....	37
2.4.1 Fashion Innovativeness berpengaruh terhadap Brand Loyalty	37
2.4.2 <i>Brand Love</i> berpengaruh terhadap <i>Brand Loyalty</i>	38
2.5 Definisi Operasional Variabel.....	38
BAB III.....	51
Metode penelitian.....	51
3.1 Jenis Penelitian.....	51
3.2 Lokasi Penelitian	51
3.3 Populasi dan Sampel	52
3.3.1 Populasi	52
3.3.2 Sampel	53
3.4 Jenis dan Sumber Data	54
3.4.1 Data Primer	55
3.5 Teknik Pengumpulan Data	55
3.6 Pengukuran Variabel	56
3.7 Teknik Analisis Data.....	56
BAB IV.....	66
Hasil penelitian dan pembahasan.....	66
BAB V	51
Kesimpulan dan saran	51
daftar pustaka.....	106
lampiran.....	113

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	32
Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel	40
Tabel 3. 2 Skala pengukuran Likert	56
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	66
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	67
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden berdasarkan Tingkat pendidikan	68
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	68
Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	69
Tabel 4. 6 Brand Clothing Yang Terahir Dibeli Di Kota malang	70
Tabel 4. 7 Karakteristik responden berdasarkan jenis produk yang paling sering dibeli	71
Tabel 4. 8 Deskripsi fashion Innovatiess (XI)	72
Tabel 4. 9 Deskripsi Brand Love (X2)	74
Tabel 5. 10 Deskripsi Brand Loyalty (Y)	75
Tabel 5.1 1 Hasil Uji Vasliditas	76
Tabel 5.1 2 Hasil Uji Reliabilitas	77
Tabel 5.1 3 Tabel Uji Normalitas	79
Tabel 5.1 4 Hasil Uji Multikolinearitas	80
Tabel 5.1 5 Hasil Uji Heteroskedastisitas	81
Tabel 5.1 6 Coeficient Uji T	82
Tabel 5.1 7 ANNOVA Uji F	84
Tabel 5.1 8 Model Summary	84

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 PDB Ekonomi Kreatif Indonesia	2
Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual Penelitian.....	37

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisisioner Penelitian	113
Lampiran 2 Lembar jawaban 150 Responden	120
Lampiran 3 Hasil Uji SPSS	124