ANALISIS PENGARUH *BRAND IMAGE*, *BRAND LOVE*, DAN *BRAND TRUST* TERHADAP *WILLINGNESS TO PAY PREMIUM PRICE* SEPATU HOKA

(Studi Kasus Pada Masyarakat di Kota Madiun)

SKRIPSI

OLEH:

MUSTIKA LINTANG NURLITA

NIM. 2203102217

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS PGRI MADIUN

2026

ANALISIS PENGARUH *BRAND IMAGE*, *BRAND LOVE*, DAN *BRAND TRUST* TERHADAP *WILLINGNESS TO PAY PREMIUM PRICE* SEPATU HOKA

(Studi Kasus pada Masyarakat di Kota Madiun)

SKRIPSI

Diajukan kepada Universitas PGRI Madiun untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan dalam Menyelesaikan Program Sarjana Strata 1 Manajemen

OLEH:

MUSTIKA LINTANG NURLITA

NIM. 2203102217

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS PGRI MADIUN

2026

LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING

Skripsi oleh Mustika Lintang Nurlita telah diperiksa dan disetujui untuk diuji.

Madiun, 11 Juni 2026

Pembimbing I,



Dr. Heny Sidanti, S. E., M. M.
NIDN. 0727107503

Madiun, 11 Juni 2026

Pembimbing II,



Hendra Setiawan, S. E., M. M.
NIDN. 0702089403

LEMBAR PENGESAHAN PANITIA PENGUJI

Skripsi oleh Mustika Lintang Nurlita ini telah dipertahankan di depan panitia penguji pada hari Kamis tanggal 18 Juni 2026.

Panitia Penguji,

Dr. Apriyanti, S.E., M.M. — Ketua
NIDN. 0704047305

Robby Sandhi Dessyarti, S.E., M.M. — Sekretaris
NIDN. 0724128802

Dr. Heny Sidanti, S. E., M. M. — Anggota
NIDN. 0727107503

Hendra Setiawan, S. E., M. M. — Anggota
NIDN. 0702089403

Dr. Karuniawati Hasanah, S. E., M. M. — Anggota
NIDN. 0709118203

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Dr. Anggita Langgeng Wijaya, S.E., M.Si., Ak., CA.
NIDN. 0727078603

Mengesahkan,
Kaprodi S1 Manajemen

Dr. Apriyanti, S.E., M.M.
NIDN. 0704047305

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama	: Mustika Lintang Nurlita
NIM	: 2203102217
Fakultas	: Ekonomi dan Bisnis
Program Studi	: Manajemen

Menyatakan dengan sebenarnya, bahwa skripsi yang saya tulis ini benar-benar merupakan hasil karya sendiri, bukan merupakan pengambilalihan tulisan atau pikiran orang lain yang saya akui sebagai hasil tulisan pikiran saya sendiri. Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan skripsi ini plagiat, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Madiun, 11 Juni 2026

Yang membuat pernyataan,



Mustika Lintang Nurlita

NIM. 2203102217

MOTTO DAN KATA PERSEMBAHAN

MOTTO :

"Hidup adalah hidup itu sendiri, apa adanya"

(Ancika Mehrunisa Rabu)

SKRIPSI INI SAYA PERSEMBAHKAN KEPADA

kepada kedua Orang Tua Tercinta yang telah melahirkan, merawat, membimbing, melindungi, menasehati dengan tulus dan penuh ikhlas, mencurahkan segala kasih sayang dan cintanya yang senantiasa mendoakan, memberikan semangat dan dukungan sepenuh hati, serta keluarga dan teman-teman yang kusayangi dan kubanggakan. Do`a, dukungan dan motivasi dari mereka yang membuat segala kemungkinan itu terjadi, hingga pada titik ini saya bisa menyelesaikan skripsi saya. Terimakasih atas apapun yang kalian berikan, salam cinta dan hormatku untuk kalian

KATA PENGANTAR

Assalamu`alaikum Wr. Wb. Alhamdulillahirobbil`alamin, puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT atas nikmat dan karunia-Nya yang telah diberikan sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **"Analisis Pengaruh *Brand Image, Brand Love* dan *Brand Trust* Terhadap *Willingness To Pay Premium Price* Sepatu Hoka (Studi Kasus Pada Masyarakat di Kota Madiun)"** dengan tepat waktu. Shalawat serta salam saya curahkan kepada Nabi Muhammad SAW. Peneliti sangat bersyukur dengan selesainya penyusunan skripsi ini. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan kelulusan program Sarjana (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Madiun.

Selama penyusunan skripsi ini meneliti mendapatkan banyak bimbingan, arahan, bantuan, dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, peneliti mengucapkan terimakasih sebanyak-banyaknya kepada :

1. Bapak Dr. H. Supri Wahyudi Utomo, M.Pd. selaku Rektor Universitas PGRI Madiun.
2. Bapak Dr. Anggita Langgeng Wijaya, S.E., M..Si. A.k C.A selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
3. Ibu Dr. Apriyanti S.E., M.M. selaku Kepala Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Madiun
4. Ibu Dr. Heny Sidanti, S. E., M. M. selaku Dosen Pembimbing 1 yang bersedia meluangkan waktunya untuk memberi bimbingan, arahan, semangat, ilmu pengetahuan, dan sabar menghadapi kekurangan yang peneliti miliki selama

penyusunan skripsi terselesaikan. Terimakasih atas bimbingan dan konsultasi yang telah diberikan.

5. Bapak Hendra Setiawan, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing 2 yang bersedia meluangkan waktunya untuk memberi bimbingan, arahan, semangat, ilmu pengetahuan, dan sabar menghadapi kekurangan yang peneliti miliki selama penyusunan skripsi terselesaikan. Terimakasih atas bimbingan dan konsultasi yang telah diberikan.
6. Seluruh Dosen Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas PGRI Madiun yang telah memberi bekal ilmu pengetahuan kepada peneliti selama perkuliahan. Dan semoga ilmu yang diberikan bermanfaat untuk kehidupan sehari-hari.
7. Bapak Sukari S.Pd dan Ibu Murtini S.Pd selaku orang tua saya yang selalu memberi limpahan kasih sayang, perhatian, dukungan, dan do`a yang tak pernah putus untuk penulis untuk diberi kelancaran dan kemudahan dalam menyusun skripsi ini.
8. Untuk diri saya sendiri, terimakasih karena telah mau berjuang dan bertahan sampai saat ini sampai mampu berada di titik ini.
9. Teman-teman saya Hamdan, Via, Rahul, Keysa, Shinta, dan seluruh teman teman Kedai Amor yang selalu memberikan semangat dan motivasi kepada penulis.
10. Teman Saya Nanda, Fitri, Vara, Naswa, Anis, Nabila, Resy dan teman angkatan 2022 seperjuangan selalu memberi semangat pada masa-masa penyelesaian skripsi terimakasih atas bantuan, semangat, dan do`anya.

11. Pihak-pihak yang tidak bisa disebutkan yang telah membantu terselesaikannya skripsi ini, terima kasih banyak.

Peneliti menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan dan keterbatasan, oleh karena itu kritik dan saran sangat peneliti harapkan. Semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat menambah informasi dan pengetahuan bagi semua pihak yang membutuhkan.

Madiun, 11 Juni 2026

Mustika Lintang Nurlita
NIM. 2203102217

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING ii
LEMBAR PENGESAHAN PANITIA PENGUJI iii
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN iv
MOTTO DAN KATA PERSEMBAHAN v
KATA PENGANTAR vi
DAFTAR ISI ix
DAFTAR TABEL xi
DAFTAR GAMBAR xii
DAFTAR LAMPIRAN xiii
ABSTRAK xiv
ABSTRACT xv
BAB I PENDAHULUAN 1
A. Latar Belakang 1
B. Batasan Masalah 21
C. Rumusan Masalah 21
D. Tujuan Penelitian 22
E. Kegunaan Penelitian 22
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN HIPOTESIS PENELITIAN 24
A. Kajian Pustaka 24
B. Penelitian Terdahulu 41
C. Kerangka Berfikir 53
D. Hipotesis Penelitian 54

BAB III METODOLOGI PENELITIAN 60
A. Tempat Penelitian 60
B. Waktu Penelitian 60
C. Jadwal Penelitian 60
D. Desain Penelitian 61
E. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel 62
F. Teknik Pengumpulan Data 69
G. Instrumen Penelitian 69
H. Teknik Analisis Data 71
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN 79
A. Gambaran Umum Responden 79
B. Deskripsi Data 80
C. Hasil Analisis Data 87
D. Pembahasan 101
BAB V PENUTUP 110
A. Kesimpulan 110
B. Implikasi Penelitian 111
C. Keterbatasan 112
D. Saran 113
DAFTAR PUSTAKA 114
LAMPIRAN 119

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu 42
Tabel 3.1 Rincian Kegiatan Penelitian..... 61
Tabel 3.2 Tabel Definisi Oprasional 67
Tabel 3.3 Instrumen Penelitian menggunakan Skala Likert 70
Tabel 4 1 Karakteristik Berdasarkan Usia 80
Tabel 4 2 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin..... 81
Tabel 4 3 Karakteristik Domisili Tempat Tinggal 82
Tabel 4 4 Deskripsi Variabel Brand Image 83
Tabel 4 5 Deskripsi Variabel Brand Love..... 84
Tabel 4 6 Deskripsi Variabel Brand Trust..... 85
Tabel 4 7 Deskripsi Variabel Willingness To Pay Premium Price 86
Tabel 4 8 Hasil Uji Validitas Brand Image 87
Tabel 4 9 Uji Validitas variabel Brand Love (X2) 88
Tabel 4 10 hasil Uji Validitas variabel Brand Trust (X3)..... 88
Tabel 4 11 Uji Validitas variabel Willingness To Pay Premium Price 89
Tabel 4 12 Hasil Uji Reliabilitas Brand Image (X1)..... 90
Tabel 4 13 Hasil uji reliabilitas Brand Love (X2) 91
Tabel 4 14 Hasil uji reliabilitas variabel Brand Trust (X3)..... 91
Tabel 4 15 Hasil uji reliabilitas Willingness To Pay Premium Price (Y)..... 92
Tabel 4 16 Hasil Uji Normalitas 93
Tabel 4 17 Hasil Uji Multikolinearitas 94
Tabel 4 18 Hasil Uji heteroskedastisitas 96
Tabel 4 19 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda..... 97
Tabel 4 20 Hasil Uji t..... 98
Tabel 4 21 Hasil Uji Koefisien Determinasi..... 100

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Gambar Produk Sepatu Hoka, Sepatu MILLS, Sepatu Spotec, Sepatu 910 2
Gambar 1.2 Frekuensi Responden Indonesia Membeli Sneakers 5
Gambar 1.3 Perbandingan Merk Sepatu Yang dipakai 7
Gambar 1.4 Pengetahuan Masyarakat Kota Madiun mengenai Kualitas Sepatu Hoka 8
Gambar 1.5 Tingkat Pengetahuan Masyarakat Kota Madiun mengenai Harga Premium Sepatu Hoka 9
Gambar 1.6 Kesediaan Masyarakat Kota Madiun Membayar Harga Premium untuk Sepatu Hoka 10
Gambar 1. 7 Variabel Yang Mempengaruhi Willingness To Pay Premium Price . 13
Gambar 2.1 Kerangka Berfikir 53
Gambar 3.1 Desain Penelitian 62
Gambar 3. 1 Desain Penelitian 62

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner 120
Lampiran 2 Data Tabulasi 124
Lampiran 3 Hasil Uji SPSS 140