

PENGARUH *FOREIGN BRANDING* DAN PENAWARAN *LIFETIME WARRANTY* TERHADAP *PURCHASE INTEREST* DENGAN *SELF-ESTEEM* SEBAGAI MEDIASI PRODUK *TAYLOR FINE GOODS*
SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen
Program Studi Manajemen**



Diajukan oleh :
SHANIA WAHYU TUFFAHATI
NPM : 20420012

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA
2025**

SKRIPSI

**PENGARUH FOREIGN BRANDING DAN PENAWARAN LIFETIME
WARRANTY TERHADAP PURCHASE INTEREST DENGAN SELF
ESTEEM SEBAGAI MEDIASI PRODUK TAYLOR FINE GOODS**

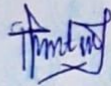
Diajukan Oleh:

SHANIA WAHYU TUFFAHATI

NPM : 20420012

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK

OLEH DOSEN PEMBIMBING



Dr. Dwi Bhakti Iriantini, SE., MSI

Surabaya, 28 Juli 2025

KETUA PROGRAM STUDI



Dr. Adrianto Trimarjono, SE., M.M.

Surabaya, 28 Juli 2025

SKRIPSI
**PENGARUH FOREIGN BRANDING DAN PENAWARAN LIFETIME
WARRANTY TERHADAP PURCHASE INTEREST DENGAN SELF
ESTEEM SEBAGAI MEDIASI PRODUK TAYLOR FINE GOODS**

Dipersiapkan dan disusun oleh:

SHANIA WAHYU TUFFAHATI

NPM : 20420012

Susunan Dewan Penguji

Dosen Pembimbing



Dr. Dwi Bhakti Iriantini, SE., MSI

Ketua Tim Penguji



Dr. Indahwati, SE., Msi

Anggota Tim Penguji



Evianah, SE., Msi

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan

Untuk memperoleh gelar sarjana manajemen

Surabaya, 28 Juli 2025

Ketua Program Studi



Dr. Adrianto Trimarjono, SE., M.M

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Saya menyatakan bahwa di dalam naskah Skripsi tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh diri saya sendiri atau orang lain untuk memperoleh gelar akademik, 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 bagian utama Skripsi dan daftar Pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah Skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur plagiat, maka saya bersedia jika disertasi digugurkan dan gelar akademik yang telah saya peroleh (SARJANA MANAJEMEN) dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Surabaya, 26 Juni 2025

Yang membuat pernyataan

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Shania Wahyu Tuffahati', written in a cursive style.

Shania Wahyu Tuffahati

20420012

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puja dan puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan segala berkat dan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “**Pengaruh *Foreign Branding* dan Penawaran *Lifetime Warranty* Terhadap Purchase Interest dengan *Self Esteem* Sebagai Mediasi Produk Taylor Fine Goods.**”, sebagai salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program Sarjana (S1) program studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.

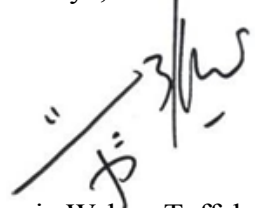
Dalam penulisan skripsi ini, penulis menyadari bahwa tanpa bantuan serta dukungan, bimbingan maupun motivasi yang diberikan oleh berbagai pihak, penulis tidak dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dengan maksimal . Pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Widodo Ario Kentjono, Sp.THT-KL(K), FICS, selaku Rektor Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
2. Bapak Drs. Ec Gimanto Gunawan, MM., M.Ak, selaku Dekan fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
3. Bapak Dr. Adrianto Trimarjono, SE., MM, selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
4. Ibu Dr. Dwi Bhakti Iriantini, SE., MSI , selaku Dosen Pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktu , tenaga dan pengetahuannya dalam memberikan bimbingan maupun arahan selama penulisan skripsi ini.
5. Bapak Hendra , selaku Dosen Wali yang telah memberikan dukungan dan arahan selama masa studi.

6. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya yang telah memberikan ilmu pengetahuan yang bermanfaat untuk saat ini maupun di masa depan.
7. Seluruh Staf Kemahasiswaan dan Akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya yang telah memberikan pelayanan terbaik selama proses perkuliahan hingga skripsi
8. Para responden yang telah meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner.
9. Kedua orang tua (Bapak Moch. Wahyudi dan Ibu Dewi Ningsih) , Orang tua kedua saya yaitu bapak ibu mertua (Bapak Soefianto dan Ibu Ida Agustina) yang selalu memberi semangat dan memanjatkan doa supaya peneliti diberi kelancaran dan dapat menyelesaikan penelitian tepat waktu.
10. Suami tercinta (Bagas Eka Pratama) yang selalu memberikan support baik secara mental , materi , dan keuangan waktu sehingga peneliti bisa menyelesaikan penelitian ini dengan maksimal.
11. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu-persatu yang juga membantu dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan dan juga ketidaktepatan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan juga saran yang membangun demi kesempurnaan skripsi ini. Akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat skripsi ini bermanfaat bagi penulis dan para pembaca.

Surabaya, 26 Juni 2025



Shania Wahyu Tuffahati

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk meneliti dan menganalisis pengaruh foreign branding , lifetime warranty terhadap purchase interest dengan self esteem sebagai mediasi pada Taylor Fine Goods. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan 98 responden sesuai dengan teori Sugiyono (2008:16). Sampel dipilih berdasarkan metode purposive sampling. Data primer didapat melalui penyebaran kuesioner melalui whatsapp. Teknik analisis yang digunakan menggunakan analisis data kuantitatif dengan menggunakan aplikasi SmartPLS4. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *foreign branding* dan penawaran *lifetime warranty* pada produk *Taylor Fine Goods* berpengaruh terhadap *self-esteem* dan juga *purchase interest* , namun *self-esteem* tidak dapat memediasi *foreign branding* dan penawaran *lifetime warranty* terhadap *purchase interest*. Saran yang dapat saya sampaikan dalam penelitian ini adalah Taylor Fine Goods harus selalu menjaga kepercayaan konsumen terhadap persepsi kualitas sesuai dengan citra merek yang dibangun dan selalu memperhatikan proses atas penawaran garansi yang diberikan kepada konsumen agar dapat mempertahankan kepercayaan konsumen.

Kata Kunci : Identitas merek asing, garansi, penghargaan diri, keinginan beli

ABSTRACT

This study aims to examine and analyze the influence of foreign branding and lifetime warranty on purchase interest, with self-esteem as a mediating variable at Taylor Fine Goods. The sampling technique in this study uses a quantitative method with 98 respondents, following Sugiyono's theory (2008:16). The sample was selected based on the purposive sampling method. Primary data was obtained through the distribution of questionnaires via WhatsApp. The analysis technique applied was quantitative data analysis using the SmartPLS4 application. The results of the study indicate that foreign branding and the offering of a lifetime warranty on Taylor Fine Goods products influence self-esteem and purchase interest. However, self-esteem cannot mediate the relationship between foreign branding and the lifetime warranty offering on purchase interest. Suggestions from this research are that Taylor Fine Goods should consistently maintain consumer trust in perceived quality in line with the brand image being developed and carefully manage the process of offering warranties to consumers to sustain consumer trust.

Keywords: Foreign Branding, Lifetime Warranty, Self-esteem, Purchase Interest

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	4
ABSTRAK	6
ABSTRACT	7
DAFTAR ISI	8
DAFTAR TABEL	11
DAFTAR GAMBAR	12
DAFTAR LAMPIRAN	12
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah	5
1.3. Tujuan Penelitian	6
1.4. Manfaat Penelitian	7
1.5. Sistematika Skripsi	9
BAB II	12
TELAAH PUSTAKA	12
2.1. Landasan Teori	12
2.1.1. Foreign Branding	12
2.1.2. Lifetime Warranty	15
2.1.3 Purchase Interest	18
2.1.4. Self Esteem	21
2.2. Penelitian Terdahulu	23
2.3. Pengembangan Hipotesis	29
2.4. Kerangka Konseptual	39
BAB III	41
METODE PENELITIAN	41
3.1. Pendekatan Penelitian	41
3.2. Populasi Dan Sampel	41
3.2.1. Populasi	41
3.2.2. Sampel	42
3.3. Identifikasi Variabel	44
3.4. Definisi Operasional Variabel	44
3.5. Jenis Dan Sumber Data Penelitian	48
3.6. Prosedur Pengumpulan Data	49

3.7. Teknik Analisis Data	50
3.7.1. Uji Pengukuran (Outer Model)	51
3.7.2. Uji Model Struktural (Inner Model)	53
3.7.3. Uji Hipotesis	53
BAB IV	54
HASIL DAN PEMBAHASAN	54
4.1.1. Karakteristik Responden	56
4.2.2. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	56
4.2.3. Responden Berdasarkan Usia	56
4.2.4. Responden Berdasarkan Pekerjaan	57
4.3. Skema Model Partial Least Square (PLS)	57
4.3.1. Analisis Outer Model	58
4.3.2. Analisis Inner Model	62
4.4. Analisis Deskriptif Jawaban Responden	63
4.4.1. Foreign Branding	63
4.4.2. Lifetime Warranty	65
4.4.3. Self-esteem	66
4.4.4. Purchase Interest	67
4.5. Pengujian Hipotesis	68
4.6. Pembahasan	72
4.6.1. Pengaruh Foreign Branding Terhadap Self-Esteem	72
4.6.2. Pengaruh Lifetime Warranty Terhadap Self-Esteem	73
4.6.3. Pengaruh Self-Esteem Terhadap Purchase Interest	74
4.6.4. Pengaruh Foreign Branding Terhadap Purchase Interest	75
4.6.5. Pengaruh Lifetime Warranty Terhadap Purchase Interest	77
4.6.6. Pengaruh Self-Esteem Memediasi Foreign Branding Terhadap Purchase Interest Taylor Fine Goods	78
4.6.7. Pengaruh Self-Esteem Memediasi Lifetime Warranty Terhadap Purchase Interest Taylor Fine Goods	79
BAB V	82
KESIMPULAN DAN SARAN	82
5.1. Kesimpulan	82
5.1.1. Karakteristik Responden	82
5.1.2. Pengaruh Variabel	82
5.2. Saran	83
5.3. Keterbatasan Penelitian	84

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	23
Tabel 3.1 Definisi Operasional	45
Tabel 3.2 Skala Likert	50
Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	56
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Usia	56
Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Pekerjaan	57
Tabel 4.4 Outer Loading	59
Tabel 4.5 Heterotrait Monotrait Ratio (HTMT)	60
Tabel 4.6 Hasil Uji Construct Reliability	61
Tabel 4.7 Nilai R-Square	62
Tabel 4.8 Kriteria Mean dari Nilai Interval	63
Tabel 4.9 Distribusi Frekuensi Variabel Foreign Branding	64
Tabel 4.10 Distribusi Frekuensi Variabel Lifetime Warranty	65
Tabel 4.11 Distribusi Frekuensi Variabel Self-esteem	66
Tabel 4.12 Distribusi Frekuensi Variabel Purchase Interest	67
Tabel 4.13 Uji Hipotesis	69

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	40
Gambar 4.1 Logo Taylor Fine Goods	55
Gambar 4.5 Model Pengukuran	58

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	: Kuesioner	90
Lampiran 2	: Data Kuesioner	94
Lampiran 3	: Uji-uji.....	100