

**PERBANDINGAN *BRAND PERSONALITY* PADA MEREK  
SUKKHA CITTA DAN SEJAUH MATA MEMANDANG**



Audia Ayu Maharani

1801620105

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh Gelar Sarjana Psikologi

PROGRAM STUDI PSIKOLOGI  
FAKULTAS PENDIDIKAN PSIKOLOGI  
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

JULI 2024

**LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING DAN PENGESAHAN PANITIA  
SIDANG SKRIPSI**

Perbandingan *Brand Personality* pada Merek Sukkha Citta dan Sejauh Mata Memandang

Nama Mahasiswa : Audia Ayu Maharani

NIM : 1801620105

Program Studi : Psikologi

Tanggal Ujian : 18 Juli 2024

Pembimbing I






Pembimbing II




Fildzah Rudyah Putri, S.Psi., M.Si  
NIP. 199205132022032013

Erik, M.Si  
NIP.0001059113

Panitia Ujian/Sidang Skripsi/Karya Inovatif

Nama	Tanda Tangan	Tanggal
Prof. Dr. Yufiarti, M.Si (Dekan/Penanggungjawab)*		31/7 - 2024
Dr. Gumgum Gumelar, M.Si (Wakil Dekan/Wakil Penanggungjawab)**		30/7 - 2024
Dr. Anna Armeini Rangkuti, M.Si (Ketua Sidang)		31/7 - 2024
Dr.phil. Zarina Akbar (Dosen Penguji I)		25.07.2024
Ernita Zakiah, M.Psi (Dosen Penguji II)		24.07.2024

## LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini, mahasiswa Fakultas Pendidikan Psikologi Universitas Negeri Jakarta:

Nama : Audia Ayu Maharani  
NIM : 1801620105  
Program Studi : Psikologi

Menyatakan bahwa skripsi yang dibuat dengan judul **“Perbandingan Brand Personality pada Merek Sukkha Citta dan Sejauh Mata Memandang”** adalah:

1. Dibuat dan diselesaikan oleh saya sendiri, berdasarkan data yang diperoleh dari hasil penelitian pada bulan Februari sampai dengan bulan Juli 2024.
2. Bukan merupakan duplikasi skripsi/karya inovasi yang pernah dibuat orang lain atau jiplakan karya tulis orang lain dan bukan terjemahan karya tulis orang lain.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan saya bersedia menanggung segala akibat yang ditimbulkan jika pernyataan saya ini tidak benar.

Jakarta, 2 Agustus 2024

Yang Membuat Pernyataan



(Audia Ayu Maharani)



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET DAN TEKNOLOGI  
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA  
UPT PERPUSTAKAAN

Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220  
Telepon/Faksimili: 021-4894221  
Laman: [lib.unj.ac.id](http://lib.unj.ac.id)

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademika Universitas Negeri Jakarta, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : AUDIA AYU MAHAPANI  
NIM : 1801620105  
Fakultas/Prodi : FAKULTAS PENDIDIKAN PSIKOLOGI / PROGRAM STUDI PSIKOLOGI  
Alamat email : AUDIAMAHPANI21@GMAIL.COM

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah:

Skripsi  Tesis  Disertasi  Lain-lain (.....)

yang berjudul :

PERBANDINGAN BRAND PERSONALITY PADA MEREK SUKHA CITTA DAN  
SEJAUH MATA MEMANDANG

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalihmediakan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta



AUDIA AYU MAHAPANI

AUDIA AYU MAHARANI

Perbandingan *Brand Personality* pada Merek Sukkha Citta dan Sejauh Mata

Memandang

Skripsi

Jakarta: Program Studi Psikologi, Fakultas Pendidikan Psikologi, Universitas  
Negeri Jakarta

2024

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk membandingkan *brand personality* dari dua merek *fashion* ramah lingkungan Indonesia, Sukkha Citta (SC) dan Sejauh Mata Memandang (SMM). Studi ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan uji *independent samples t-test*. Sebanyak 236 data dikumpulkan dengan *Aaker's Brand Personality Scale* (1997) melalui *purposive sampling*. Hasil menunjukkan perbedaan yang signifikan dalam persepsi konsumen yang berarti konsumen menafsirkan *brand personality* kedua merek secara berbeda dengan skor SMM yang lebih tinggi yang mengindikasikan bahwa merek tersebut lebih berhasil menyelaraskan nilai dengan konsumen. Perbedaan perspektif ini menyoroti pentingnya menyelaraskan *brand personality* dengan nilai-nilai konsumen secara efektif untuk meningkatkan citra merek.

Kata kunci: *brand personality*, Sukkha Citta, Sejauh Mata Memandang



AUDIA AYU MAHARANI

Brand Personality Comparison of the Brand Sukkha Citta and Sejauh Mata  
Memandang

Thesis

Jakarta: Psychology Study Program, Educational Psychology Faculty, State  
University of Jakarta

2024

**ABSTRACT**

*This study aims to compare the brand personality of two Indonesian eco-friendly fashion brands, Sukkha Citta (SC) and Sejauh Mata Memandang (SMM). This study uses a quantitative approach with an independent sample t-test. A total of 236 data were collected using Aaker's Brand Personality Scale (1997) through purposive sampling. The results show a significant difference in consumer perception which means consumers interpret the brand personality of the two brands differently with a higher SMM score indicating that the brand is more successful in aligning values with consumers. This difference in perspective highlights the importance of effectively aligning brand personality with consumer values to enhance brand image.*

*Keywords: brand personality, Sukkha Citta, Sejauh Mata Memandang*

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya, sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "Perbandingan *Brand Personality* pada Merek Sukkha Citta dan Sejauh Mata Memandang" ini dengan baik. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Psikologi di Fakultas Pendidikan Psikologi, Universitas Negeri Jakarta.

Dalam proses penyusunan skripsi ini, saya banyak mendapatkan bantuan, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini, saya ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu Prof. Dr. Yufiarti, M.Si., selaku Dekan Fakultas Pendidikan Psikologi Universitas Negeri Jakarta.
2. Bapak Dr. Gumung Gumelar Fajar Rakhman, M.Si., selaku Wakil Dekan I, Bapak Herdiyan Maulana, Ph.D., selaku Wakil Dekan II, dan Ibu Mira Ariyani, Ph.D., selaku Wakil Dekan III Fakultas Pendidikan Psikologi Universitas Negeri Jakarta.
3. Ibu Dr. Anna Armeini Rangkuti, M.Si., selaku Koordinator Program Studi Psikologi Fakultas Pendidikan Psikologi Universitas Negeri Jakarta.
4. Kak Fildzah Rudyah Putri, M.Si., dan Bapak Erik, M.Si., selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk memberikan bimbingan, saran, dan masukan yang berharga dalam penyusunan skripsi ini.
5. Seluruh dosen dan staf di Fakultas Pendidikan Psikologi, Universitas Negeri Jakarta, yang telah memberikan ilmu dan pengalaman berharga selama masa perkuliahan.
6. Orang tua dan keluarga tercinta yang selalu memberikan dukungan moril dan materiil, serta doa yang tiada henti.
7. Sahabat-sahabat terdekat saya, Jasmine Adinda dan Defa Amarina, atas dukungannya yang tidak mengenal waktu.
8. Untuk Muhammad Rizky Aiman, *onwards & upwards only*.

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING DAN PENGESAHAN PANITIA SIDANG SKRIPSI .....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....</b>	<b>iii</b>
<b>LEMBAR MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Identifikasi Masalah .....	6
1.3 Pembatasan.....	7
1.4 Rumusan Masalah .....	7
1.5 Tujuan Penelitian .....	7
1.6 Manfaat Penelitian .....	7
1.6.1 Manfaat Teoritis .....	8
1.6.2 Manfaat Praktis .....	8
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>10</b>
2.1 <i>Brand Personality</i> .....	10
2.1.1 Definisi <i>Brand Personality</i> .....	10
2.1.2 Aspek <i>Brand Personality</i> .....	11
2.1.3 Dampak <i>Brand Personality</i> .....	11
2.1.4 Alat Ukur <i>Brand Personality</i> .....	12
2.2 <i>Sukkha Citta</i> .....	13
2.3 <i>Sejauh Mata Memandang</i> .....	14
2.4 <i>Kerangka Konseptual</i> .....	16
2.5 <i>Hipotesis</i> .....	16
2.6 <i>Hasil Penelitian yang Relevan</i> .....	16
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>19</b>
3.1 <i>Tipe Penelitian</i> .....	19
3.2 <i>Identifikasi dan Operasionalisasi Variabel</i> .....	20
3.2.1 <i>Definisi Konseptual</i> .....	20
3.2.2 <i>Definisi Operasional</i> .....	20



3.3 Subjek Penelitian.....	21
3.3.1 Populasi.....	21
3.3.2 Sampel.....	21
3.3.3 Teknik Pengambilan Sampel .....	22
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	22
3.4.1 Instrumen <i>Brand Personality</i> .....	23
3.5 Uji Coba Instrumen.....	25
3.6 Analisis Data.....	27
3.6.1 Uji Reliabilitas.....	28
3.6.2 Uji Normalitas.....	29
3.6.3 Uji Homoskedastisitas.....	29
3.6.4 <i>Independent Sample T-Test</i> .....	29
3.7 Hipotesis Penelitian.....	30
<b>BAB IV PEMBAHASAN.....</b>	<b>31</b>
4.1 Gambaran Responden.....	31
4.1.1 Gambaran Responden Berdasarkan Usia.....	31
4.1.2 Gambaran Responden Berdasarkan Domisili.....	33
4.1.3 Gambaran Responden Berdasarkan Status Pendidikan.....	33
4.1.4 Gambaran Responden Berdasarkan Jurusan.....	34
4.1.5 Gambaran Responden Berdasarkan Pengetahuan mengenai Merek.....	38
4.1.6 Gambaran Responden Berdasarkan Pengeluaran Bulanan.....	39
4.2 Prosedur Penelitian.....	40
4.2.1 Persiapan Penelitian.....	40
4.2.2 Pelaksanaan Penelitian.....	40
4.3 Hasil Analisis Data Penelitian.....	41
4.3.1 Data Deskriptif <i>Brand Personality</i> .....	41
4.3.2 Uji Normalitas.....	42
4.3.3 <i>Independent Sample T-Test</i> .....	43
4.4 Pembahasan.....	44
4.5 Keterbatasan Penelitian.....	47
<b>BAB V KESIMPULAN, IMPLIKASI, DAN SARAN.....</b>	<b>49</b>
5.1 Kesimpulan.....	49
5.2 Implikasi.....	49
5.3 Saran.....	50
5.3.1 Bagi Perusahaan.....	50
5.3.2 Bagi Peneliti Selanjutnya.....	50
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>52</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>63</b>