

**PENGARUH KOMUNITAS MEREK TERHADAP LOYALITAS MEREK**

***THE EFFECTS OF BRAND COMMUNITY ON BRAND LOYALTY***

**SKRIPSI**



**Disusun Oleh:**

**NURCHOLIS  
20110410133**

**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA  
2015**

**PENGARUH KOMUNITAS MEREK TERHADAP LOYALITAS MEREK**

***THE EFFECTS OF BRAND COMMUNITY ON BRAND LOYALTY***

**SKRIPSI**

Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan untuk Memperoleh Gelar Sarjana  
pada Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen  
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Disusun Oleh:

**NURCHOLIS**  
**20110410133**

**FAKULTAS EKONOMI**  
**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**  
**2015**

**SKRIPSI**

**PENGARUH KOMUNITAS MEREK TERHADAP LOYALITAS MEREK**

***THE EFFECTS OF BRAND COMMUNITY ON BRAND LOYALTY***



Telah disetujui Dosen Pembimbing

Pembimbing

**Dr. Indah Fatmawati, SE, M.Si**  
**NIK : 143 029**

Tanggal, 22 Agustus 2015

**PENGARUH KOMUNITAS MEREK TERHADAP LOYALITAS MEREK**

***THE EFFECTS OF BRAND COMMUNITY ON BRAND LOYALTY***



**SKRIPSI**

Diajukan oleh

**NURCHOLIS**  
**20110410133**

Skripsi ini telah Dipertahankan dan Disahkan di Depan  
Dewan Penguji Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi  
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta  
Tanggal, 22 Agustus 2015

Yang terdiri dari

Dr. Indah Fatmawati, SE.,M.Si  
Ketua Tim Penguji

Drs. Asnawi Asdinardju, SE.,M.Si.  
Anggota Tim Penguji

Dr. Susanto, SE.,MS.  
Anggota Tim Penguji

Mengetahui,  
Dekan Fakultas Ekonomi  
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Dr. Nano Prawono, SE.,M.Si  
NIK: 19660604199202 143 016

## PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : Nurcholis

Nomor mahasiswa : 20110410133

Menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul: “**PENGARUH KOMUNITAS MEREK TERHADAP LOYALITAS MEREK**” tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang sepengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis diterbitkan orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini disebutkan dalam Daftar Pustaka. Apabila ternyata dalam skripsi ini diketahui terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain maka saya bersedia bahwa karya tersebut dibatalkan.

Yogyakarta, 22 Agustus 2015

NURCHOLIS

## MOTTO

# MOTTO

*“Inna ma’al ‘usri yusroo.”*

“Sesungguhnya bersama kesulitan itu ada kemudahan.”  
(Q.S. Al\_Insyirah : 5)

Do not be a follower...be a Leader  
(Jangalah Menjadi Pengikuti.. Jadilah Pemimpin)

*“Wa man yattaqilaaha yaj’al lahuu makhrojaa wa yarzuqhu min haisu laa yahtasib.. wa man yattaqillaaha yaj’al lahu min amrihi yusroo.. wa man yattaqillaaha yukaffir ‘anhu sayyi-aatihii wa yu’dhim lahuu ajroo..”*

Artinya : “Barangsiapa bertakwa pada Allah, maka Allah memberikan jalan keluar kepadanya dan memberi rezeki dari arah yang tidak disangka-sangka.. Barangsiapa yang bertaqwa pada Allah, maka Allah jadikan urusannya menjadi mudah.. barangsiapa yang bertaqwa pada Allah akan dihapuskan dosa2nya dan mendapatkan pahala yang agung” (QS. Ath-Thalaq: 2, 3, 4) “

"Dan Katakanlah: "Bekerjalah kamu, maka Allah dan Rasul-Nya serta orang-orang mu'min akan melihat pekerjaanmu itu, dan kamu akan dikembalikan kepada (Allah) Yang Mengetahui akan yang ghaib dan yang nyata, lalu diberitakan-Nya kepada kamu apa yang telah kamu kerjakan. “

(QS. At-Taubah: 105)

## HALAMAN PERSEMBAHAN

*Alhamdulillahirabbil alamin. ...  
sepercik keberhasilan yang Engkau hadiahkan padaku ya Rabb  
Tak henti-hentinya aku mengucap syukur pada\_Mu ya Rabb  
Serta shalawat dan salam kepada idola ku Rasulullah SAW dan para sahabat  
yang mulia  
Semoga sebuah karya mungil ini menjadi amal shaleh bagiku dan menjadi  
kebanggaan  
bagi keluargaku tercinta  
Ku persembahkan karya mungil ini  
untuk belahan jiwa ku bidadari surgaku yang tanpamu aku bukanlah siapa-  
siapa  
di dunia fana ini dan dosa mu lah maha kaeya ini terselesaikan*

*alm.mamaku tersayang SINJABIYAH S.Pd*

*serta orang yang menginjeksikan segala idealisme, prinsip, edukasi dan kasih  
sayang berlimpah dengan wajah datar menyimpan kegelisahan ataukah  
perjuangan yang tidak pernah ku ketahui,  
namun tenang temaram dengan penuh kesabarandan pengertian luar biasa*

*Ayahandaku tercinta IMRON SYAFRI*

*penulis haturkan banyak doa dan terima kasih atas segala doa, dukungan,  
canda, tarwa dan macam-macam bantuan dalam menyelesaikan Skripsi ini.  
Terima kasih untuk KAKAK-KAKAKU*

*ARDIANSYAH, SE, KHAIRUL F, ST, RIZKI FADILAH, S.Far, dan  
IZATU, SSi*

*Kepada teman-teman seperjuangan menuntut ilmu di HIMAMA  
(Veri, Nur Adawiyah, Ariza, Lina, Bondan, Bitu, Ukrom, Pamen)  
Tak lupa juga untuk anggota dan sahabat selama saya menjadi MANAGER  
DIVISI DI HIAMA*

*(Aji, Arafat, Burhan, Bima, Novi, Mia, Yayan, Dan Sri)*

*Terima kasih atas suka duka, suport, dan kesetiaan kalian menjadi anggota.  
Kepada Anak-Anak kos kontrakan kuning yang bersama-sama dalam tempat  
tinggal*

*yang telah dirasa suka duka kita lalui  
(Rasyid, Neo, Ujang, dan Candra).*

*Terakhir, untuk **SARTIKA APRILIASARI** seseorang yang spesial  
yang selalu menjaga hati dan selalu memberikan support hingga menjadikanku  
lebih semangat lagi ketika menyelesaikan karya sederhana ini.*

Terima kasih buat organisasi ku

**HIMAMA**

(Himpunan Mahasiswa Manajemen)

**CEC**

(Creatif Entrepreneur Community)

Organisasi yang mengajarkan saya menjadi mahasiswa yang berilmu

Terima kasih Sahabat sekaligus saudara semasa di Manajemen kelas D, **Pamen, Rasyid, Kiky, Icha, Ujang, Nana, Aris, Neo dan lain-lain.**

Terima kasih dukungan dan persahabatan yang dijalin selama ini

Terima kasih buat teman –teman seperjuangan bimbingan bu Indah

**(Ujang, irma, dani, rafu dan jipenk)**

saya takkan pernah lupa perjuangan kita bersama kita untuk meraih gelar sarjana

**Terima kasih buat bu nur LPPPI**

sudah sabar mengajarkan saya membaca

Al-Quran

Tak lupa juga saya berterima kasih kepada

**JRC (Jogja Revo Club)**

dan

Seluruh Anggota komunitas motor Honda di

**PMHY (Paguyuban Motor Honda Yogyakarta)**

Yang sudah memberikan izin dan memberikan waktu luangnya untuk menjadi responden dalam penelitian saya

Akhir kata, semoga skripsi ini membawa kebermanfaatan. Jika hidup bisa diceritakan di atas kertas, entah berapa banyak yang dibutuhkan hanya untuk mengucapkan terima kasih...

## INTISARI

Komunitas merek mulai dilakukan oleh perusahaan untuk mengembangkan loyalitas konsumen. Permasalahan yang dihadapi adalah loyalitas konsumen akan merek sangat dibutuhkan oleh sebuah perusahaan untuk mempertahankan pangsa pasarnya. Dengan adanya komunitas merek dapat mempertahankan loyalitas merek para anggota komunitas tersebut. Terdapat tiga bagian dari komunitas merek yaitu: kesadaran bersama (*consciousness of kind*), ritual dan tradisi (*rituals and tradition*), dan rasa tanggung jawab moral (*moral responsibility*). Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi “Pengaruh Komunitas Merek yang meliputi kesadaran bersama, ritual dan tradisi, dan rasa tanggung jawab moral terhadap Loyalitas Merek”.

Penelitian ini adalah jenis penelitian kuantitatif dilakukan dengan survei. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode angket (kuesioner). Sampel peneliti ini adalah anggota komunitas motor Honda di Yogyakarta yang tergabung dalam Paguyuban Motor Honda Yogyakarta (PMHY) dan memenuhi kriteria yang ditetapkan oleh peneliti. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 145 responden. Teknik sampel yang digunakan adalah *non probability sampling*, dengan metode *purposive sampling*. Alat analisis dalam penelitian dengan menggunakan analisis Regresi Linear Berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa H1 didukung, H2 didukung, dan H3 didukung artinya kesadaran bersama, ritual dan tradisi, serta rasa tanggung jawab moral berpengaruh signifikan terhadap loyalitas merek pada komunitas motor Honda di Yogyakarta”, sehingga penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu.

Kata Kunci : kesadaran bersama, ritual dan tradisi, rasa tanggung jawab moral dan loyalitas merek

## ABSTRACT

Brand community has been initiated by companies to develop consumer loyalty. Consumer loyalty on a brand is needed by the company to maintain its market. By having brand community, brand loyalty can be maintained by the community members. There are three elements of brand community that are shared awareness, ritual and tradition, and moral responsibility. This research aims to identify “The Influence of Brand Community covering shared awareness, ritual and tradition and moral responsibility towards brand loyalty”.

This research is a quantitative research by implementing survey method. The data collection technique used is questionnaire. The research samples are members of Honda bicycle community in Yogyakarta listed as Paguyuban Motor Honda Yogyakarta (PMHY) who fulfill the criteria formulated by the researcher. The total sample of the research is 145 respondents. The sampling technique is non-probability sampling which applies purposive sampling method. The analysis tool used in this research is multiple linear regression.

The research result finds that H1, H2 and H3 are supported which means that shared awareness, ritual and tradition, and moral responsibility significantly influence the brand loyalty to Honda bicycle community in Yogyakarta. Therefore, this research conforms the previous research.

Keyword : *consciousness of kind, rituals and tradition, moral responsibility and brand loyalty*

## KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan kemudahan,rahmat dan karunia-Nya. Alhamdulillah penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini dengan judul Pengaruh Komunitas Merek Terhadap Loyalitas Merek.Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan dan dukungan berbagai pihak, oleh karena itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebanyak-banyaknya kepada:

1. Bapak Dr. Nano Prawoto, SE.,M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. Ibu Dra. Retno Widowati Purnama Asri, M.Si.,Ph.D. selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
3. Ibu Dr. Indah Fatmawati, SE.,M.Si. selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang dengan penuh kesabaran telah memberikan masukan,bimbingan serta nasehat selama proses penyelesaian skripsi ini.
4. Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
5. Teman-teman Manajemen 2011, khususnya kelas Manajemen D Terima kasih kawan atas dukungannya. Dukungan teman-teman semua membuat aku semangat dari memulai studi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

6. Teman – teman HIMAMA (Himpunan Mahasiswa Manajemen), terima kasih untuk pembelajaran, ilmu, dan persaudaraan yang diberikan selama diHIMAMA.
7. Sahabat sekaligus saudara semasa di Manajemen kelas D, Pamen, Rasyid, Kiky, Icha, Ujang, Nana, Aris, Neo dan lain-lain. Terima kasih dukungan dan persahabatan yang dijalin selama ini.
8. Terima kasih kepada pengurus dan anggota komunitas Paguyuban Motor Honda Yogyakarta (PMHY) atas dukungan dan partisipasi menjadi responden dalam tugas akhir saya.

Penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam skripsi ini. oleh karena itu kritik, saran yang membangun dari berbagai pihak sangat penulis harapkan demi perbaikan-perbaikan kedepannya.

Yogyakarta, 22 Agustus 2015

Penulis

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
HALAMAN MOTO.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
INTISARI .....	vii
ABSTRAK .....	vii
KATA PENGANTAR .....	ix
DAFTAR ISI .....	xi
DAFTAR TABEL .....	xiv
DAFTAR GAMBAR .....	xv
BAB I       PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Penelitian.....	1
B. Rumusan Masalah .....	4
C. Tujuan Penelitian .....	5
D. Manfaat Penelitian .....	5
BAB II       TINJAUAN PUSTAKA .....	7
A. Landasan Teori .....	7
1. Merek .....	7
2. Komunitas Merek .....	8

	a. Keadaraan Bersama .....	8
	b. Ritual dan Tradisi .....	10
	c. Rasa Tanggung Jawab Moral .....	11
	3. Loyalitas Merek .....	13
	B. Penelitian Terdahulu.....	13
	C. Penurunan Hipotesis .....	14
	D. Model Penelitian.....	16
<b>BAB III</b>	<b>METODE PENELITIAN .....</b>	<b>18</b>
	A. ObjekdanSubjek .....	18
	B. Populasi dan Sampel .....	18
	C. Teknik Pengambilan Sampel.....	18
	D. Jenis Data .....	19
	E. Teknik Pengumpulan Data .....	19
	F. Definisi Operasional Variabel .....	19
	G. Indikator Variabel Penelitian .....	22
	H. Uji Kualitas Instrumen dan Data .....	23
	1. Uji Validitas.....	24
	2. Uji Reliabilitas.....	24
	I. Uji Hipotesis Dan Analisis Data .....	25
	1. Analisis Regresi Linier Berganda.....	25
	2. Uji Koefisien Determinan .....	26
<b>BAB IV</b>	<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>27</b>
	A. Gambaran Umum Subjek Penelitian .....	27
	1. Sejarah Paguyuban Motor Honda Yogyakarta .....	27
	B. Deskripsi Karakteristik Responden .....	28
	1. Rincian Penyebaran Kuisisioner .....	28
	2. Karakteristik Responden .....	29
	C. Hasil Uji Kualitas Instrumen .....	30
	1. Uji Validitas.....	30

	2. Uji Reliabilitas.....	32
D.	Hasil Uji Hipotesis.....	32
	1. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda .....	33
	2. Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	34
	3. Hasil Uji Parsial (Uji t).....	35
E.	Pembahasan .....	36
BAB V	SIMPULAN, KETERBATASAN DAN SARAN.....	39
	A. Simpulan.....	39
	B. Keterbatasan Penelitian .....	39
	C. Saran.....	40

#### DAFTAR PUSTAKA

#### LAMPIRAN

## DAFTAR TABEL

1.1. Data Penjualan Sepeda Motor Honda .....	2
3.1. Indikator Variabel Penelitian .....	22
4.1. Tipe Dan Anggota yang Tergabung Dalam PMHY .....	27
4.2 Rincian Penyebaran Kuisisioner .....	28
4.3. Karakteristik Responden.....	29
4.4. Hasil Uji Validitas .....	31
4.5. Hasil Uji Reliabilitas .....	33
4.6. Hasil Analisis Uji Regresi Berganda.....	35
4.6. Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	35

## **DAFTAR GAMBAR**

2.1 Model Penelitian .....	16
----------------------------	----

