

**PENGARUH *BRAND COMMUNITY* TERHADAP LOYALITAS
MEREK PADA PENGGUNA SEPEDA MOTOR YAMAHA XEON
(Studi pada Pengguna Sepeda Motor Yamaha XEON di Club Xeoners Indonesia)**

SKRIPSI



Nama : Rishad Hagi Kurniawan

NIM : 43112010107

**Program Studi Manajemen S1
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2016**

**PENGARUH *BRAND COMMUNITY* TERHADAP LOYALITAS
MEREK PADA PENGGUNA SEPEDA MOTOR YAMAHA XEON
(Studi pada Pengguna Sepeda Motor Yamaha XEON di Club Xeoners Indonesia)**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana
Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen
Universitas Mercu Buana Jakarta**



Nama : Rishad Hagi Kurniawan

NIM : 43112010107

**Program Studi Manajemen S1
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA**

2016

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Rishad Hagi Kurniawan

Nim : 43112010107

Program Studi : S1 Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya sendiri apabila saya mengutip dari hasil karya orang lain, maka saya mencantumkan seumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenai sanksi pembatalan skripsi ini apabila terbukti melakukan tindakan plagiat (penjiplakan).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 3 Maret 2016



Rishad Hagi Kurniawan

NIM : 43112010107

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Rishad Hagi Kurniawan
NIM : 43112010107
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh *Brand Community* Terhadap Loyalitas Merek Pada Pengguna Sepeda Motor Yamaha Xeon (Studi pada Pengguna Sepeda Motor Yamaha Xeon di Club Xeoners Indonesia)
Tanggal Lulus ujian : 3 Maret 2016

Disahkan Oleh :

Pembimbing,



Dra. Yuli Harwani, MM.

Ketua Penguji



Endi Rekarti, SE, ME.

Tanggal : 8/3 2016

Tanggal : 8/3 2016

-Dekan Fakultas Ekonomi
dan Bisnis,



Prof. Dr. Wiwik Utami, Ak., MS., CA.

Tanggal : 10/3 2016

Ketua Program Studi
S1 Manajemen,



Dr. Rina Astini, SE., MM

Tanggal : 10/3 2016

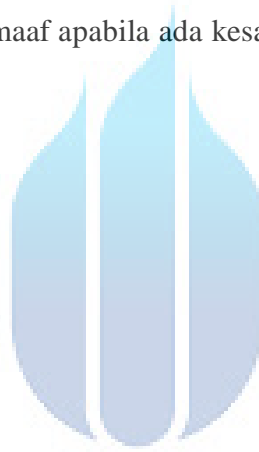
KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya kepada peneliti, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Pengaruh *Brand Community* Terhadap Loyalitas Merek Pada Pengguna Sepeda Motor Yamaha Xeon (Studi pada Pengguna Sepeda Motor Yamaha XEON di Club Xeoners Indonesia)”**. Skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Penulis menyadari sebagai manusia biasa dalam penelitian ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak, khususnya Ibu Yuli Harwani, Dra., MM selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat, pengetahuan dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat yang telah diberikan kepada penulis. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis haturkan Alhamdulillah atas kekuatan Allah SWT yang telah mencurahkan anugerahnya dan ingin berterima kasih pada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini terutama kepada :

1. Kedua orang tua tercinta dan kakak saya yang telah memberikan semangat, doa dan dukungan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi.
2. Dr. Ir. Arisetyanto Nugroho, MM selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
3. Prof. Dr. Wiwik Utami, Ak., MS., CA, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
4. Dr. Rina Astini, SE., MM selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
5. Seluruh dosen dan staf Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang telah memberikan segenap ilmunya.

6. Pihak-pihak lain yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu. Terimakasih atas bantuan serta doanya.
7. Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna dikarenakan terbatasnya pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki penulis. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi penulis dan pembaca pada umumnya. Akhir kata dengan segala ketulusan dan kerendahan diri, penulis mohon maaf apabila ada kesalahan dan kelemahan dalam skripsi ini.



Jakarta, 3 Maret 2016

Rishad Haji Kurniawan

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....	ii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	9
1. Tujuan Penelitian	9
2. Manfaat Penelitian.....	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA, RERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	
A. KAJIAN PUSTAKA.....	11
1. Pemasaran	11
2. Loyalitas Merek.....	14
3. Aspek Loyalitas Merek	15
4. Merek.....	16
5. <i>Brand Community</i>	18
6. Komponen-komponen <i>Brand Community</i>	20
7. Karakteristik yang Mendorong Terbentuknya <i>Brand Community</i>	21
8. Elemen <i>brand community</i>	21
9. Penelitian Terdahulu.....	23

B. Rerangka Pemikiran.....	26
C. Hipotesis	28
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Waktu dan Tempat Penelitian	29
B. Desain Penelitian.....	30
C. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel.....	30
1. Variabel Penelitian.....	30
2. Definisi Operasional Variabel.....	33
D. Skala Pengukuran.....	35
E. Populasi dan Sampel.....	36
1. Populasi	36
2. Sampel.....	36
F. Jenis dan Sumber Data.....	37
G. Teknik Pengumpulan Data.....	37
1. Kuesioner.....	38
H. Metode Analisis Data	38
1. Analisis Data Kuantitatif.....	38
2. Uji Kualitas Data.....	39
a. Uji Validitas.....	39
b. Uji Reliabilitas.....	39
3. Uji Model (Uji Asumsi Klasik).....	40
a. Uji Normalitas	40
b. Uji Multikolinieritas	40
c. Uji Heteroskedastisitas	41
4. Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	42
5. Uji Hipotesis.....	43
1. Uji F (Uji Simultan).....	43
2. Uji t (Uji Statistik Parsial).....	43

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian	44
1. Tempat dan Waktu Penelitian	44
2. Karakteristik Profil Responden.....	45
a. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	46
b. Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	46
c. Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan	47
d. Deskripsi Responden Berdasarkan Lama Pemakaian	47
e. Deskripsi Responden Berdasarkan Status Sosial	48
B. Hasil Uji Statistik Deskriptif	48
C. Hasil Uji Kualitas Data	51
1. Hasil Uji Validitas	51
2. Hasil Uji Reliabilitas	54
D. Hasil Uji Asumsi Klasik	55
1. Hasil Uji Normalitas	55
2. Hasil Uji Multikolonieritas	56
3. Hasil Uji Heteroskedastisitas	57
E. Hasil Uji Hipotesis	58
1. Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F).....	58
2. Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji Statistik t).....	59
3. Uji Regresi Linear Berganda	60
F. Pembahasan Hasil Penelitian	61

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan.....	64
B. Saran	65

DAFTAR PUSTAKA	66
----------------------	----

LAMPIRAN	68
----------------	----

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	23
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel	33
Tabel 4.1 Karakteristik Responden	45
Tabel 4.2 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin	46
Tabel 4.3 Karakteristik Berdasarkan Usia	46
Tabel 4.4 Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan	47
Tabel 4.5 Karakteristik Berdasarkan Lama Pemakaian	47
Tabel 4.6 Karakteristik Berdasarkan Status Sosial	48
Tabel 4.7 Indikator Kesadaran Bersama	49
Tabel 4.8 Indikator Ritual dan Tradisi	49
Tabel 4.9 Indikator Rasa Tanggung Jawab Moral	50
Tabel 4.10 Indikator Loyalitas Merek	51
Tabel 4.11 Uji Validitas Variabel X1 (Kesadaran Bersama)	52
Tabel 4.12 Uji Validitas Variabel X2 (Ritual dan Tradisi)	52
Tabel 4.13 Uji Validitas Variabel X3 (Rasa Tanggung Jawab Moral)	53
Tabel 4.14 Uji Validitas Variabel Y (Loyalitas Merek)	53
Tabel 4.15 Hasil Uji Reliabilitas	54
Tabel 4.16 Hasil Uji Normalitas	56
Tabel 4.17 Hasil Uji Multikolinearitas	57
Tabel 4.18 Hasil Uji F Statistik	58
Tabel 4.19 Hasil Uji t Statistik	59
Tabel 4.20 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	60

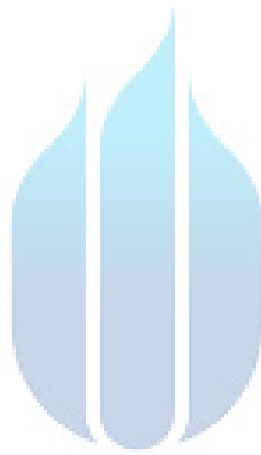
DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Rerangka Pemikiran	27
Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas.....	55
Gambar 4.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas	57



DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran A Kuesioner Penelitian.....	68
Lampiran B Data Hasil Penelitian.....	72
Lampiran C Hasil Olah Data Karakteristik Responden.....	81
Lampiran D Hasil Olah Data	83



UNIVERSITAS
MERCU BUANA