



PENGARUH *BRAND COMMUNITY* TERHADAP LOYALITAS MEREK MOBIL SUZUKI ERTIGA

(studi kasus pada klub Mobil Suzuki Ertiga Jember ERCI)

SKRIPSI

Diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenahi salah satu syarat
untuk menyelesaikan program Studi Manajemen (S1)
dan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi

Oleh:

Mariyatul Kibtiyah
NIM. 13.104.11043

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER
APRIL, 2017**

PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Mariyatul Kibtiyah
NIM : 1310411043
prodi : Manajemen

Menyatakan dengan benar-benar bahwa karya ilmiah berupa skripsi yang berjudul : Pengaruh *Brand Community* Terhadap Loyalitas Merek Klub Mobil Suzuki Ertiga Jember (ERCI) : adalah hasil karya sendiri. Kecuali jika dalam beberapa kutipan substansi telah saya sebutkan sumbernya. Belum pernah diajukan pada institusi manapun, serta bukan karya plagiat atau jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keaslian keabsahan, dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa adanya tekanan dan paksaan dari pihak manapun serta saya bersedia memperoleh sanksi akademik dan siap dituntut di mukahukum, jika ternyata di kemudian hari ada pihak-pihak yang dirugikan dari pernyataan yang tidak benar tersebut.

Jember. 14 April 2017

Yang menyatakan,

Mariyatul Kibtiyah
NIM. 1310411043

SKRIPSI

**PENGARUH *BRAND COMMUNITY* TERHADAP
LOYALITAS MEREK KLUB MOBIL SUZUKI
ERTIGA JEMBER (ERCI)**

Oleh:

Mariyatul Kibtiyah
NIM. 13.104.11043

Pembimbing:

Dosen Pendamping Utama

:Dra. Retno Endah S, MM

Dosen Pembimbing Pendamping

:Drs. Hisyam Zaeni,

PENGESAHAN

Skripsi berjudul: Pengaruh Brand Community Terhadap Loyalitas Merek Klub Mobil Suzuki Ertiga Jember (ERCI), telah diuji dan di sahkan oleh Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember pada:

Hari : Rabu

Tanggal : 26 April 2017

Tempat : Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember

Tim Penguji,

Trias S, SE, SH, MM
NPK 05 09 477

Anggota 1,

Anggota 2,

Dra. Retno Enda S, MM
NPK 95 10256

Drs. Hisyam Zaeni
NPK 85 03 124

Mengesahkan :

Dekan,

Ketua Jurusan,

Dr. Arik Susbiyani, SE, M.Si
NPK 01 09289

Drs. Anwar, M,Sc
NPK 85 03 125

MOTTO

Allah akan meninggikan orang-orang yang beriman di antaramu dan orang-orang yang diberi ilmu pengetahuan beberapa derajat, dan Allah maha mengetahui apa yang kamu kerjakan.

(Q.S. Al-Mujadilah : 11)

Telah bersabda Rasulullah SAW :”Jadilah engkau orang yang berilmu (pandai) atau orang yang belajar, atau orang yang mendengarkan ilmu atau yang mencintai ilmu. Dan janganlah engkau menjadi orang yang kelima maka kamu akan celaka

(H.R Baehaqi)

Dari Ibnu Abbas R.A Ia berkata : Rasulullah SAW bersabda : “Carilah ilmu sekalipun di negeri Cina, karena sesungguhnya mencari ilmu itu wajib bagi seorang muslim laki-laki dan perempuan. Dan sesungguhnya para malaikat menaungkan sayapnya kepada orang yang menuntut ilmu karena ridho terhadap amal perbuatannya.

(H.R Ibnu Abdul Barr)

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah puji syukur aku panjatkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan segala nikmat kesehatan, pemahaman dan kasih-Nya kepada ku dalam mengerjakan skripsi ini, tidak lupa aku ucapkan banyak-banyak terima kasih kepada semua yang telah membantu aku di dalam menyelesaikan skripsi ini, di antaranya:

1. Orang tua ku tercinta ABD Asiz dan Rubaiyah yang selama ini mendidik, membimbing ku dan tiada henti-hentinya menyayangi ku, dan selalu menuntun ku kejalan dunia dan akhirat. Mereka merupakan inspirasi ku untuk melangkah kedepannya.
2. Untuk orang yang sangat spesial dihidup saya yaitu calom imam saya M.Chairul Muslim, saya ucapkan banyak terimakasih atas bantuan dan motivasi selama ini, selalu ada dalam kesulitan maupun kesenangan untuk saya, dan bantuan lainnya yang telah di berikan kepada saya.
3. Untuk semua sahabat saya : Dewi Wardatut T, Faiqotul Himma, Mela Rosalina, Ismawati, Ria Rohatul Hasana, Dita Septania Chimbi yang selalu ada untuk saya selama di kota Jember dan selalu membantu dalam kesulitan selama ini, kalian is the best.
4. Untuk teman-teman seangkatan dan seperjuangan Manajemen 2013 khususnya kelas A terima kasih kekompakan dan kebersamaan selama kita kuliah
5. Buat klub ERCI khususnya mas LutfianWahyu Prianto dan mas Ade irfan Haris yang telah mengijinkan saya untuk melakukan penelitian disana, dan terimakasih banyak atas informasi yang sangat membantu saya.

ABSTRAK

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana pengaruh *brand community* terhadap loyalitas merek klub mobil Suzuki Ertiga Jember ERCI. Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui dan menganalisis seberapa besar pengaruh *Brand Community* terhadap loyalitas merek secara simultan dan parsial. Jenis penelitian deskriptif kuantitatif dengan menggunakan metode Sensus, dimana sensus tersebut adalah semua populasi yang dijadikan sampel, populasi yang saya ambil yaitu semua anggota ERCI sebanyak 50 anggota, dengan demikian sampel yang diambil oleh peneliti sebesar 50 orang responden. Hasil uji yang diperoleh menunjukkan bahwa variabel kesadaran bersama, ritua dan tradisi, dan rasa tanggung jawab moral berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas merek secara parsial maupun simultan. Meskipun semua variabel dinyatakan berpengaruh terhadap loyalitas merek tetapi peneliti berharap bagi peneliti selanjutnya dapat memakai variabel lain yang dapat berpengaruh terhadap loyalitas merek seperti citra merek dan promosi. Dikarenakan hasil dari koefisien determinasi dalam penelitian ini sebesar 60,7% dimana sisah 39,3% masih dipengaruhi oleh variabel lain.

Kata kunci : komunitas club ERCI Jember, loyalitas merek, kesadaran bersama, ritual dan tradisi dan rasa tanggung jawab moral.

ABSTRACT

The problem formulation in this research is how the influence of brand community to brand loyalty of car club Suzuki Ertiga Jember ERCI. Purpose of research is to know and analyze how big influence of brand community to brand loyalty partial and simultaneous. The tipe of descriptive quantitative research using census method, where the census is all the population in the sample, the population that I take all members of ERCI as much as 50 members, thus the sample taken by researchers by 50 respondents. Then results of the test show that the variabels consciousness of kind, ritual and tradition, and moral responsibility have a positive and significant impact on brand loyalty partial and simultaneous. Although all variables expressed influence on brand loyalty, but research hope for further research can use other variables that can affect brand loyalty such as brand image and promotion. Because the result of coefficient of determination in this research is 60,7% where 39,3% is still influenced by other variabels

Keywords : jember ERCI club community, brand loyalty, conciusness of kind, ritual and tradition and moral responsibility

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Alhamdulillahirabbilalamin, banyak nikmat yang Allah berikan, tetapi sedikit sekali yang kita ingat. Segala puji hanyalah untuk Allah tuhan seluruh alam atas segala berkah, rahmat, taufik, serta hidayah-Nya yang tiada terkira besarnya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “ Pengaruh *brand community* terhadap loyalitas merek klub mobil Suzuki Ertiga Jember (ERCI)”

Maksud dan tujuan dari penulisan dan penyusunan skripsi ini untuk memenuhi salah satu syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE) pada program Studi Ekonomi (S1) Fakultas Ekonomi Muhammadiyah Jember. Dalam penyusunannya, penulis memperoleh banyak bantuan dari berbagai pihak, karena itu penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Dr Arik Susbiyani, SE, M. Si, selaku dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan ijin penelitian kepada penulis.
2. Drs. Anwar, M. Sc, selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan ijin penelitian kepada penulis.
3. Dra. Retno Endah S, MM, selaku dosen pembimbing I dan Drs Hisyam Zaeni, selaku dosen pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, saran, bantuan dan pengarahan hingga tersusunnya skripsi.
4. Trias S, SE, SH, MM, selaku dosen penguji skripsi yang bersedia memberikan saran, bimbingan, dan arahan yang bermanfaat demi kesempurnaan skripsi ini.
5. Seluruh Staf pengajar atau dosen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan segenap ilmunya kepada penulis khususnya Staf Pengajar Jurusan Manajemen.

6. Kedua orang tua tercinta, untuk semua cinta yang mengagumkan, doa, dorongan dan semangat yang tiada hentinya dan perhatian yang tak terbatas. Terimakasih untuk segalanya. Baru ini yang bisa saya persembahkan semoga menjadi awal yang baik.
7. Saudara-saudari ku atas dukunya dan doanya, semoga apa yang diinginkan bisa tercapai
8. Teman-teman beegal dan teman seperjuangan Prodi Manajemen angkatan 2013 yang telah memberikan semangat dan dukungan.
9. Semua pihak yang tidak bisa saya sebutkan semua namanya yang telah membantu penulisan dalam menyelesaikan skripsi ini.

Dari sanalah semua kesuksesan ini berawal, semoga semua ini bisa memberikan sedikit kebahagiaan dan menuntun pada langkah yang lebih baik lagi. Meskipun penulis berharap isi dari skripsi ini bebas dari kekurangan dan kesalahan. Namun selalu ada yang kurang. Oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun agar skripsi ini dapat lebih baik lagi.

Akhir kata penulis berharap agar skripsi ini bermanfaat bagi semua pembaca.

Jember, 14 April 2017

Penyusun

Mariyatul Kibtiyah

DAFTAR ISI

HALAMANSAMPUL	
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
HALAMAN PEMBIMBINGAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1 LatarBelakang.....	1
1.2 RumusanMasalah	7
1.3 Tujuan danManfaatPenelitian.....	7
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 LandasanTeori	9
2.1.1 PengertianPemasar	9
2.1.2 Konsep Pemasaran	9
2.1.3 Pengertian Loyalitas Merek	10
2.1.4 Aspek-aspek Loyalitas Merek	11
2.1.5 Merek	12
2.1.6 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Merek	14
2.1.7 Pengertian <i>Brand Community</i>	16
2.1.8 Komponen-komponen <i>Brand Community</i>	18
2.1.8.1 <i>Consciousness Of Kind</i>	18
2.1.8.2 <i>Rituals and Tradisional</i>	19

2.1.8.3	<i>Moral Responsibility</i>	21
2.1.9	Karakteristik Terbentuknya <i>Brand Community</i>	22
2.2	Tinjauan Penelitian	24
2.3	Kerangka Konseptual	25
2.4	Hipotesis Penelitian	26
BAB 3	METODE PENELITIAN	29
3.1	Identifikasi Variabel	29
3.2	Definisi Operasional Variabel	29
3.2.1	Variabel Y (Loyalitas Merek)	29
3.2.2	Variabel X (<i>Brand Community</i>)	29
3.2.2.1	<i>Consciousness Of Kind</i> (X_1)	30
3.2.2.2	<i>Rituals and Tradisional</i> (X_2)	31
3.2.2.3	<i>Moral Responsibility</i> (X_3)	31
3.3	Jenis Data	32
3.3.1	Data Primer	32
3.3.2	Data Sekunder	32
3.4	Populasi dan Sampel	33
3.4.1	Populasi	33
3.4.2	Sampel	33
3.5	Teknik Pengumpulan Data	33
3.5.1	Metode Kuesioner	33
3.5.2	Metode Wawancara	34
3.6	Teknik Analisis Data	34
3.6.1	Uji Instrumen Data	34
3.6.1.1	Uji Validitas	34
3.6.1.2	Uji Reliabilitas	35
3.6.2	Analisis Regresi Linier Berganda	35
3.6.3	Uji Asumsi Klasik	36
3.6.4	Uji Hipotesis	36
BAB 4	HASIL DAN PENBAHASAN	40

4.1	Gambaran Umum Suzuki Ertiga Indonesia dan klub ERCI.....	40
4.1.1	Sejarah Suzuki Ertiga Indonesia	40
4.1.2	Sejarah Suzuki Ertiga Klub Indonesia.....	41
4.1.3	Profil Suzuki Ertiga Klub Jember	42
4.1.4	Truktur Organisasi.....	42
4.2	Data Kriteria Responden	43
4.3	Pengujian Instrumen Data	44
4.3.1	Pengujian Validitas Data	44
4.3.2	Pengujian Reliabilitas Data	45
4.4	Analisis Regresi Linier Berganda.....	46
4.5	Uji Asumsi Klasik	47
4.5.1	Uji Normalitas	47
4.5.2	Uji Multikolinearitas	49
4.5.3	Uji Heterokedastisitas	49
4.6	Pengujian Hipotesis	50
4.6.1	Uji t (Parsial)	50
4.6.2	Uji F (Simultan)	52
4.6.3	Uji Koefisien Determinasi.....	52
4.7	Pembahasan.....	53
BAB 5	KESIMPULAN DAN SARAN	55
5.1	Kesimpulan.....	55
5.2	Saran	56
DAFTAR PUSTAKA	57

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1: Data penjualan 5 terbesar Mobil Suzuki Ertiga Indonesia.....	2
Tabel 1.2: Data penjualan Mobil Suzuki Ertiga Jember	3
Tabel 1.3: Data perkembangan anggota komunitas	6
Tabel 2.1 : Penelitian Terdahuli	24
Tabel 4.1: Responden Menurut Jenis Kelamin	43
Tabel 4.2: Responden Menurut Usia.....	43
Tabel 4.3: Responden Menurut Pekerjaan	44
Tabel 4.4: Pengujian Validitas	44
Tabel 4.5: Pengujian Reliabilitas	45
Tabel 4.6: Hasil Analisis Regresi Berganda.....	46
Tabel 4.7: Hasil Uji Multikolinieritas	49
Tabel 4.8 : Hasil Uji F	51
Tabel 4.10: Hasil Uji t	52
Tabel 4.11: Hasil Uji Koefisien Determinasi	52

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 : Kerangka Konseptual	25
Gambar 4.1 : Struktur Organisasi klub ERCI Jember	42
Gambar 4.2 : Hasil Pengujian Normalitas	48
Gambar 4.3 : Hasil Uji Normalitas (Plot).....	48
Gambar 4.4 : Hasil Pengujian Heteroskedastisitas	50

DAFTAR LAMPIRAN

- LAMPIRAN 1 : Surat Ijin Penelitian dan Daftar Anggota
- LAMPIRAN 2 : Pengantar Kuesioner
- LAMPIRAN 3 : Petunjuk Pengisian Kuesioner
- LAMPIRAN 4 : Kuesioner Penelitian
- LAMPIRAN 5 : Rekapitulasi Kuesioner
- LAMPIRAN 6 : Hasil Uji Data
- LAMPIRAN 7 : Tabel t , Tabel Distribusi F , dan Tabel Distribusi t