

SKRIPSI

Pengaruh Tingkat Kepuasan pada Produk dan Tingkat Keterlibatan pada Komunitas terhadap Loyalitas Merek
(Studi Eksplanatif Kuantitatif Pengaruh Tingkat Kepuasan pada Adidas Jersey Chelsea dan Tingkat Keterlibatan pada Komunitas Chelsea Indonesia Supporters Club Regional Jogja terhadap Loyalitas Merek)



**Diajukan Sebagai Syarat Memperoleh Gelar
Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)**

Oleh

ADHI NUGRAHA SAPTA AJI

08 09 03649

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2014**

HALAMAN PERSETUJUAN

Pengaruh Tingkat Kepuasan pada Produk dan Tingkat Keterlibatan pada Komunitas terhadap Loyalitas Merek

(Studi Eksplanatif Kuantitatif Pengaruh Tingkat Kepuasan pada Adidas Jersey Chelsea dan Tingkat Keterlibatan pada Komunitas Chelsea Indonesia Supporters Club Regional Jogja Terhadap Loyalitas Merek)

SKRIPSI

Disusun Guna Melengkapi Tugas Akhir Untuk Memenuhi Syarat Mencapai Gelar Sarjana Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi

Disusun oleh :

ADHI NUGRAHA SAPTA AJI

NIM : 08 09 03649 / KOM

Telah disetujui oleh :



F. Anita Herawati, SIP., M.Si

Dosen Pembimbing

HALAMAN PENGESAHAN

Judul skripsi : **Pengaruh Tingkat Kepuasan pada Produk dan Tingkat Keterlibatan pada Komunitas terhadap Loyalitas Merek**

(Studi Eksplanatif Kuantitatif Pengaruh Tingkat Kepuasan pada Adidas Jersey Chelsea dan Tingkat Keterlibatan pada Komunitas Chelsea Indonesia Supporters Club Regional Jogja terhadap Loyalitas Merek)

Penyusun : Adhi Nugraha Sapta Aji

NIM : 08 09 03649

Telah diuji dan dipertahankan pada Sidang Ujian Skripsi yang diselenggarakan pada :

Hari / Tanggal : Senin, 17 Februari 2014

Pukul : 09.00 WIB

Tempat : Ruang Pendadaran III FISIP UAJY

TIM PENGUJI

F. Anita Herawati, SIP., M.Si

Penguji Utama

Dhyah Ayu Retno Widyastuti, S.sos., M.Si

Penguji I

Y. Bambang Wiratmojo, S.Sos., MA.

Penguji II



HALAMAN PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini,

Nama : Adhi Nugraha Sapta Aji
No. Mahasiswa : 08 09 03649 / KOM
Program Studi : Ilmu Komunikasi / Periklanan
Judul Skripsi : Pengaruh Tingkat Kepuasan pada Produk Dan Tingkat Keterlibatan pada komunitas terhadap Loyalitas Merek (Studi Eksplanatif Kuantitatif Pengaruh Tingkat Kepuasan Pada Adidas *Jersey* Chelsea dan Tingkat Keterlibatan pada Komunitas Chelsea Indonesia Supporters Club Regional Jogja terhadap Loyalitas Merek)

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya tulis ini benar-benar saya kerjakan sendiri. Karya tulis tugas akhir ini bukan merupakan plagiarisme, pencurian hasil karya milik orang lain, hasil kerja orang lain untuk kepentingan saya karena hubungan material maupun non-material, ataupun segala kemungkinan lain yang pada hakikatnya bukan merupakan skripsi saya secara orisinil dan otentik.

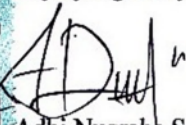
Bila dikemudian hari diduga kuat ada ketidaksesuaian antara fakta dengan pernyataan ini, saya bersedia diproses oleh tim Fakultas yang dibentuk untuk melakukan verifikasi, dengan sanksi berupa pembatalan kelulusan atau keserjanaan.

Pernyataan ini saya buat dengan kesadaran diri sendiri dan tidak atas tekanan ataupun paksaan dari pihak manapun demi menegakkan integritas akademik di institusi ini.

Yogyakarta, 27 Januari 2014



Saya yang menyatakan,


Adhi Nugraha Sapta Aji
Penulis



**Bener kang asale saka Pangeran iku lamun ora darbe
sipat angkara murka lan seneng gawe sangsaraning liyan
~ 2014 ~**

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan pada kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas berkatNya yang luar biasa, penulis dapat mengerjakan dan menyelesaikan skripsi ini dengan lancar. Selama menjalani proses dari awal hingga akhir, penulis menghadapi banyak rintangan yang datang silih berganti. Namun, berkat keyakinan akan pertolongan Tuhan dalam setiap jalan yang penulis tempuh, rasa optimis dapat menyelesaikan skripsi ini, dan dukungan dari banyak pihak yang menyertai penulis untuk terus berjuang.

Skripsi dengan judul PENGARUH TINGKAT KEPUASAN PADA PRODUK DAN TINGKAT KETERLIBATAN PADA KOMUNITAS TERHADAP LOYALITAS MEREK (Studi Eksplanatif Kuantitatif Pengaruh Tingkat Kepuasan pada Adidas Jersey Chelsea dan Tingkat Keterlibatan pada Komunitas Chelsea Indonesia Supporters Club Regional Jogja terhadap Loyalitas Merek) semoga dapat bermanfaat dalam menambah pembahasan mengenai bagaimana industri atau perusahaan dalam mempertahankan pangsa pasarnya dan menjaga kelayaitasan merek. Semua pihak berharap agar perusahaan dan komunitas mampu menjadi peran yang utama guna mendekatkan konsumen dengan merek. Hal ini membutuhkan keterlibatan segenap pihak yang merupakan pemain dalam perusahaan merek, komunitas dan konsumen.

Penulis mendedikasikan skripsi ini kepada Universitas Atma Jaya Yogyakarta, khususnya Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Program Studi Ilmu Komunikasi. Penulis belajar banyak hal melalui proses pengerjaan skripsi ini.

Skripsi yang menghantarkan penulis mendapatkan gelar Sarjana Ilmu Komunikasi. Penulis tidak menilai kesuksesan yang diraih berdasarkan atas gelar yang diraih melainkan proses panjang yang berhasil penulis hadapi dan kebangkitan dari setiap kejatuhan yang dialami. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada setiap pihak yang telah membantu penulis dalam menghadapi proses dari awal kuliah hingga menyelesaikan skripsi sehingga semua dapat berjalan lancar. Penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Tuhan Yang Maha Esa, Maha Baik dan Maha Segalanya bagi setiap insan yang beriman kepada-Nya dan percaya bahwa mujizat dari-Nya itu nyata.
2. Universitas Atma Jaya Yogyakarta yang telah memberi tempat untuk menuntut ilmu yang tak terkira.
3. Dosen pembimbing saya, Ibu F. Anita Herawati, SIP. M.Si. yang telah senantiasa memberi waktu untuk membimbing penulis dalam penyelesaian skripsi.
4. Bapak dan Ibu S. Haryadi selaku orang tua penulis yang giat dan memberi semangat dan teladan kehidupan.
5. Ketua Chelsea Indonesia Supporters Club, Mbak Selma yang telah memberi waktu dan tempat kepada penulis guna mengumpulkan data-data penelitian dalam menyelesaikan skripsi.
6. Ferri, Ferro dan Mbak Candra selaku kakak yang selalu mendorong penulis untuk selalu giat dan semangat dalam menjalani kehidupan.

7. Dian Carita Trisyarini, tidak henti-hentinya selalu membujuk dan mendorong penulis agar segera menyelesaikan skripsi.
8. Teman seperjuangan di kampus: Sulis dan Reds yang telah memberi “sangu”, Indru (terimakasih tipsnya dalam mengerjakan SPSS), Nanda, Vetta, Novan, Pradip, Ryan, Andre, Brito, Yoga, Futsal PS I LU, Mbanggulo Jurkom, dan seluruh teman angkatan 2008. Terimakasih semangat dan motivasinya!
9. Rios, Bayu, Bejog, Hepi, Agus, Nova, Galisong, teman merumput dan melantai kala berkompetisi di Jakarta! Jangan patah arang!!
10. Alam jagat raya yang telah memberi kesempatan. Semoga kita (manusia-alam) selalu hidup bersahabat!
11. Semua pihak. *Matur sembah nuwun.*

Akhir kata, semoga skripsi ini dapat berguna dan bermanfaat bagi banyak orang. Proses belajar yang penulis tempuh tidak berhenti sampai disini, begitu juga dengan kalian semua. Semoga Tuhan selalu memberkati setiap langkah hidup kita.

Yogyakarta, 27 Januari 2014

Penulis,

Adhi Nugraha Sapta Aji

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Tingkat Kepuasan pada Produk dan Tingkat Keterlibatan pada Komunitas terhadap Loyalitas Merek (Studi Eksplanatif Kuantitatif Pengaruh Tingkat Kepuasan pada Adidas *Jersey* Chelsea dan Tingkat Keterlibatan pada Komunitas Chelsea Indonesia Supporters Club Regional Jogja terhadap Loyalitas Merek). Masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana pengaruh faktor kepuasan pada Adidas *jersey* Chelsea dan keterlibatan pada komunitas Chelsea Indonesia Supporters Club Regional Jogja terhadap loyalitas merek Adidas dikontrol variabel pendapatan atau uang saku per bulan. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Dual Credibility Theory* dan *Co-Branding*.

Penelitian ini menggunakan penelitian dengan studi eksplanatif. Populasi adalah komunitas Chelsea Indonesia Supporters Club (CISC) Regional Jogja. Teknik sampling yang digunakan adalah teknik *sampling accidental* dengan responden sebanyak 72 responden. Hipotesis yang diajukan adalah; terdapat pengaruh yang signifikan pada variabel tingkat kepuasan pada Adidas *jersey* Chelsea (X_1) dan tingkat keterlibatan pada komunitas Chelsea Indonesia Supporters Club (X_2) terhadap loyalitas merek (Y) secara bersama-sama. Kemudian terdapat pengaruh yang signifikan pada variabel tingkat kepuasan pada Adidas *jersey* Chelsea (X_1) dan tingkat keterlibatan pada komunitas Chelsea Indonesia Supporters Club (X_2) terhadap loyalitas merek (Y) secara bersama-sama dikontrol variabel pendapatan / uang saku (Z). Teknik pengukuran data yang digunakan adalah skala Likert dan Skala Guttman. Sedangkan analisis data menggunakan teknik analisis regresi linier berganda.

Berdasarkan hasil uji validitas, semua instrument menghasilkan koefisien korelasi lebih besar dari 0,235 dinyatakan valid. Sedangkan uji reabilitas untuk semua variabel bernilai lebih dari 0,6 dan untuk semua Skala Guttman, *Coefficient of Reproducibility* bernilai lebih dari 0,9. Disimpulkan bahwa tingkat kepuasan pada Adidas *jersey* Chelsea (X_1) dan tingkat keterlibatan pada komunitas Chelsea Indonesia Supporters Club (X_2) secara bersama-sama berpengaruh terhadap loyalitas merek (Y) dengan nilai R sebesar 0,414 dengan nilai sig. 0,002 dan nilai Adjusted R Square sebesar 0,148. Sedangkan setelah dikontrol oleh variabel pendapatan / uang saku (Z), nilai R tingkat kepuasan pada Adidas *jersey* Chelsea (X_1) dan tingkat keterlibatan pada komunitas Chelsea Indonesia Supporters Club (X_2) secara bersama-sama berpengaruh terhadap loyalitas merek (Y) sebesar 0,501 dengan sig. 0,000 dan nilai Adjusted R Square sebesar 0,218. Sehingga dengan adanya variabel kontrol pendapatan / uang saku memiliki peran untuk menguatkan pengaruh dari variabel X_1 dan X_2 secara bersama-sama terhadap Variabel Y.

Kata kunci : *dual credibility, co-branding, keterlibatan konsumen, komunitas, brand loyalty*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
 BAB I PENDAHULUAN.....	 1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	9
C. Tujuan Penelitian.....	9
D. Manfaat penelitian.....	9
E. Kerangka Teori.....	10
F. Kerangka Konsep.....	33
G. Hipotesis	42
H. Definisi Operasional	42
I. Metode Penelitian.....	47

BAB II GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN.....	57
A. <i>Chelsea Football Club</i>	57
1. Sejarah <i>Chelsea Football Club</i>	57
2. <i>Chelsea Indonesia Supporters Club</i>	58
B. Adidas	62
1. Sejarah Singkat Adidas.....	62
2. <i>Jersey Adidas Chelsea</i>	63
BAB III ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....	67
A. Analisis Data Penelitian	67
1. Uji Validitas Instrumen	67
2. Uji Reliabilitas Instrumen.....	70
B. Analisis Karakteristik Responden.....	72
C. Deskripsi Variabel Penelitian.....	74
1. Deskripsi Variabel Tingkat Kepuasan pada Adidas <i>Jersey Chelsea</i>	74
2. Deskripsi Variabel Tingkat Keterlibatan pada Komunitas <i>Chelsea Indonesia Supporters Club Regional Jogja</i>	79
3. Deskripsi Variabel Loyalitas Merek.....	81
D. Uji Regresi.....	83
1. Pengaruh Tingkat Kepuasan pada Adidas <i>Jersey Chelsea</i> dan Tingkat Keterlibatan pada Komunitas <i>Chelsea Indonesia Supporters Club Regional Jogja</i> terhadap Loyalitas Merek Adidas	83
2. Pengaruh Tingkat Kepuasan pada Adidas <i>Jersey Chelsea</i> dan Tingkat Keterlibatan pada Komunitas <i>Chelsea Indonesia Supporters Club</i> terhadap Loyalitas Merek Adidas Dikontrol Oleh Variabel Pendapatan / Uang Saku.....	88
E. Pembahasan.....	96

BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN.....	107
----------------------------------	-----

A. Kesimpulan.....	107
--------------------	-----

B. Saran,.....	109
----------------	-----

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

Tabel 1	<i>Fans Club</i> di Indonesia	3
Tabel 2	Analisis Validitas Instrumen	
	Variabel Tingkat Kepuasan pada Adidas <i>Jersey</i> Chelsea	68
Tabel 3	Analisis Validitas Instrumen	
	Variabel Tingkat Keterlibatan pada Komunitas Chelsea Indonesia	
	Supporters Club Regional Jogja.....	69
Tabel 4	Analisis Validitas Instrumen Variabel Loyalitas Merek.....	69
Tabel 5	Analisis Reliabilitas Instrumen Penelitian.....	70
Tabel 6	Analisis Reliabilitas Instrumen Penelitian	
	Variabel Tingkat Keterlibatan pada Komunitas Chelsea Indonesia	
	Supporters Club.....	71
Tabel 7	Analisis Reliabilitas Instrumen Penelitian	
	Variabel Loyalitas Merek.....	72
Tabel 8	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	
	(Uang Saku) Perbulan.....	73
Tabel 9	Deskripsi Data Variabel Tingkat Kepuasan	
	pada Adidas <i>Jersey</i> Chelsea	75
Tabel 10	Persentase Masing-Masing Butir Pertanyaan	
	Variabel Tingkat Kepuasan pada Adidas <i>Jersey</i> Chelsea.....	76
Tabel 11	Deskripsi Data Variabel Tingkat Keterlibatan	
	pada Komunitas Chelsea Indonesia Supporters Club.....	79
Tabel 12	Persentase Masing-Masing Butir Pertanyaan	

	Variabel Tingkat Keterlibatan pada Komunitas Chelsea Indonesia Supporters Club Regional Jogja.....	80
Tabel 13	Deskripsi Data Variabel Loyalitas Merek.....	82
Tabel 14	Persentase Masing-Masing Butir Pertanyaan Variabel Loyalitas Merek.....	82
Tabel 15	Model Summary X_1 dan X_2 terhadap Y	84
Tabel 16	Interpretasi Koefisien Regresi.....	85
Tabel 17	Tabel Regresi Simultan ANOVA X_1 dan X_2 terhadap Y	85
Tabel 18	Tabel <i>Coefficient</i> X_1 dan X_2 terhadap Y	86
Tabel 19	Model Summary X_1 dan X_2 terhadap Y dikontrol Z	89
Tabel 20	Tabel ANOVA X_1 dan X_2 terhadap Y dikontrol Z	90
Tabel 21	Tabel <i>Coefficient</i> X_1 dan X_2 terhadap Y dikontrol Z	91

DAFTAR GAMBAR

GAMBAR 1	<i>Dual Credibility Theory</i>	11
GAMBAR 2	Model Dasar Keterlibatan.....	23
GAMBAR 3	Tingkatan Loyalitas Merek.....	30
GAMBAR 4	Hubungan Antar Variabel.....	40
GAMBAR 5	Penampakan Logo Adidas	63
GAMBAR 6	Penampakan Teknologi Adidas	65
GAMBAR 7	Bagan Hasil Regresi Antar Variabel.....	95

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner Penelitian
Lampiran 2	Data Hasil Kuesioner
Lampiran 3	Validitas Dan Reabilitas
Lampiran 4	Frekuensi Variabel
Lampiran 5	Uji Regresi

