

**PENGARUH ELEMEN KOMUNITAS MEREK  
TERHADAP LOYALITAS MEREK**  
(Studi Eksplanatif Kuantitatif tentang Pengaruh Elemen  
Komunitas Merek 3 Foil Indonesia terhadap Loyalitas Merek  
Sepatu Adidas Originals pada Anggota Komunitas 3 Foil  
Indonesia)



**SKRIPSI**

Diajukan Sebagai Syarat Memperoleh  
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.Ikom)

oleh :

**HARYORACHMANTYO WIJOWARASTRO**

**08 09 03604 / Kom**

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

**HALAMAN PERSETUJUAN**

**Pengaruh Elemen Komunitas Merek Terhadap Loyalitas Merek  
(Studi Eksplanatif Kuantitatif tentang Pengaruh Elemen Komunitas Merek 3  
Foil Indonesia terhadap Loyalitas Merek Sepatu Adidas Originals pada  
Anggota Komunitas 3 Foil Indonesia)**

**SKRIPSI**

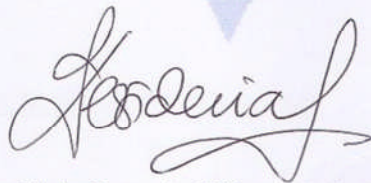
Disusun Guna Melengkapi Tugas Akhir Untuk Memenuhi Syarat Mencapai Gelar  
S.I.Kom pada Program Studi Ilmu Komunikasi

Disusun oleh :

HARYORACHMANTYO WIJOWARASTRO

No. Mhs : 08 09 03604 / KOM

Disetujui oleh :



Desideria Cempaka Wijaya Murti, S.Sos., M.A.

Dosen Pembimbing

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

2014

## HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : PENGARUH ELEMEN KOMUNITAS MEREK TERHADAP  
LOYALITAS MEREK (Studi Eksplanatif Kualitatif tentang  
Pengaruh Elemen Komunitas Merek 3 Foil Indonesia terhadap  
Loyalitas Merek Sepatu Adidas Originals pada Anggota  
Komunitas 3 Foil Indonesia)

Penyusun : Haryorachmantlyo Wijowarastro

NIM : 08 09 03604 / KOM

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

Hari/Tanggal : Selasa, 12 Agustus 2014

Pukul : 16:00 – 17:00 WIB

Tempat : Ruang Pendadaran FISIP UAJY.

Tim Penguji

Anita Herawati, SIP, M.Si

Penguji Utama

Desideria Cempaka Wijaya Murti, S.Sos., M.A

Penguji I

Yoseph Bambang Wiratmojo, MA

Penguji II



FAKULTAS  
SOSIAL DAN ILMU PEKERJAAN

## HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk diri saya sendiri.



## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini, Haryorachmantyo Wijowarastro menyatakan bahwa skripsi dengan judul : Pengaruh Elemen Komunitas Merek terhadap Loyalitas Merek Adidas Originals (Studi Deskriptif Kuantitatif tentang Pengaruh Elemen Komunitas Merek 3 Foil Indonesia terhadap Loyalitas Merek Sepatu Adidas Originals), adalah hasil tulisan saya sendiri. Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan atau pendapat atau pemikiran dari penulis lain, yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri, dan/atau tidak terdapat bagian bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin, tiru, atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan penulis aslinya.

Apabila saya melakukan tindakan yang bertentangan dengan hal tersebut di atas, baik disengaja atau tidak, dengan ini saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri ini. Bila kemudian terbukti bahwa saya melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, berarti gelar dan ijasah yang telah diberikan oleh universitas batal saya terima.

Yogyakarta, 23 Juli 2014

Yang membuat pernyataan,



(Haryorachmantyo Wijowarastro)

NIM. 08 09 03604



## KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada diri saya sendiri atas segala usaha dan niat diri sendiri, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan judul “PENGARUH ELEMEN KOMUNITAS MEREK TERHADAP LOYALITAS MEREK (Studi Eksplanatif Kuantitatif tentang Pengaruh Elemen Komunitas Merek 3 Foil Indonesia terhadap Loyalitas Merek Sepatu Adidas Originals pada Anggota Komunitas 3 Foil Indonesia).

Dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah membantu memberikan pengarahan, bimbingan, serta motivasi baik secara langsung maupun tidak langsung selama proses penyusunan skripsi ini. Ucapan terima kasih penulis disampaikan kepada :

1. Diri saya sendiri atas segala usaha dan niat diri untuk menyelesaikan skripsi ini.
2. Adolf Dassler yang telah menjadi inspirasi penulis.
3. Ibu Desideria Cempaka Wijaya Murti, S.Sos., M.A, selaku dosen pembimbing yang telah membimbing penulis dalam mengerjakan skripsi ini.
4. Seluruh anggota komunitas 3 Foil Indonesia yang telah membantu dalam pengumpulan data skripsi. Salam tiga garis das!
5. Orang tua dan keluarga saya atas segala dukungan moral maupun materialnya dalam menyelesaikan studi penulis.
6. Thabita Tyas Intan Utami yang selalu menjadi semangat dan motivasi penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
7. Geng Kobis yang berjuang bersama untuk lulus.
8. Aldhila Sukma atas kiriman contoh presentasi pendadarannya.
9. Bujang dan Kedai Oak yang menjadi tempat yang sangat kondusif untuk mengerjakan skripsi ini.

Akhir kata, penulis menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan dan masih jauh dari sempurna, maka dari itu penulis sangat menerima masukan

dan kritikan dari semua pihak yang membaca skripsi ini. Semoga skripsi ini bisa berguna dan bermanfaat bagi semua pihak yang membacanya.

Yogyakarta, Agustus 2014

Penulis

Haryorachmantyo Wijowarastro



**HARYORACHMANTYO WIJOWARASTRO**

**No. Mahasiswa : 08 09 03604 / KOM**

**PENGARUH ELEMEN KOMUNITAS MEREK TERHADAP LOYALITAS  
MEREK ADIDAS ORIGINALS**

**(Studi Deskriptif Kuantitatif tentang Pengaruh Elemen Komunitas Merek 3  
Foil Indonesia terhadap Loyalitas Merek Sepatu Adidas Originals)**

**ABSTRAK**

Persaingan pasar industri sepatu kini semakin ketat dan membuat para produsen sepatu untuk mempertahankan para konsumennya untuk selalu loyal terhadap mereknya. Komunitas merek merupakan suatu fenomena yang kini marak muncul sebagai wadah bagi para konsumen suatu merek tertentu. Komunitas merek bisa lahir dari perusahaan itu sendiri ataupun berasal dari inisiatif para konsumen loyalnya. Penelitian ini berupaya menjawab bagaimana elemen-elemen dalam komunitas merek bisa mempengaruhi loyalitas merek dari para anggota komunitasnya.

Penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda dengan program SPSS Versi 17.0. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner *on-line* dan cetak yang diisi oleh para anggota komunitas merek Adidas, 3 FOIL.ID di Indonesia. Metode kuesioner digunakan untuk mengetahui bagaimana pengaruh elemen-elemen komunitas merek 3 Foil Indonesia terhadap loyalitas merek anggotanya sehingga para anggota komunitas merek 3 Foil Indonesia bisa setia menggunakan produk sepatu merek Adidas Originals. Kuesioner yang disebar sejumlah 100 kuesioner.

Hasil penelitian ini menunjukkan dari kelima variabel elemen komunitas merek, yaitu legitimasi (*legitimacy*), loyalitas merek oposisi (*oppositional brand loyalty*), merayakan sejarah merek (*celebrating the history of brand*), berbagi cerita merek (*sharing brand stories*), serta integrasi dan mempertahankan anggota (*integrating and retaining member*) secara simultan mampu mempengaruhi loyalitas merek. Secara individu variabel merayakan sejarah merek, berbagi cerita merek, dan integrasi dan mempertahankan anggota berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas merek, sedangkan legitimasi dan loyalitas merek oposisi terbukti tidak positif dan signifikan dalam mempengaruhi loyalitas merek.

Kata kunci : Loyalitas merek, *brand community*.



## DAFTAR ISI

Halaman Judul	
Halaman Persetujuan ..	ii
Halaman Pengesahan ..	iii
Halaman Persembahan ..	iv
Pernyataan Keaslian ..	v
Kata Pengantar ..	vi
Abstraks ..	viii
Daftar Isi ..	ix
Daftar Tabel ..	xii
Daftar Gambar ..	xiii
Daftar Lampiran ..	xiv
 <b>BAB I. PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang ..	1
B. Rumusan Masalah ..	12
C. Tujuan Penelitian ..	12
D. Manfaat Penelitian ..	12
1. Manfaat Teoritis ..	12
2. Manfaat Praktis ..	12
E. Kerangka Konsep ..	13
1. Merek ..	13
2. Komunitas Merek ..	15
3. Loyalitas Merek ..	24
4. Hipotesis Hubungan Komunitas Merek dengan Loyalitas Merek ..	27
F. Metodologi Penelitian ..	29
1. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional ..	30
a. Variabel Y (Loyalitas Merek) ..	30
b. Variabel X (Komunitas Merek) ..	31

2. Penentuan Populasi dan Sampel .....	33
3. Jenis dan Sumber Data .....	35
a. Data Primer .....	33
b. Data Sekunder .....	33
4. Metode Pengumpulan Data .....	36
5. Metode Analisis Data .....	36
a. Uji Validitas dan Reliabilitas .....	37
1). Uji Validitas .....	37
2). Uji Reliabilitas .....	38
b. Analisis Regresi Linier Berganda .....	38
c. Uji Asumsi Klasik .....	39
1). Uji Normalitas .....	39
2). Uji Multikolinearitas .....	40
3). Uji Heterokedastisitas .....	40
d. Uji <i>Goodness of Fit</i> .....	41
1). Uji t partial .....	41
2). Uji F .....	42
3). Uji Koefisien Determinasi .....	42
6. Kerangka Pemecahan Masalah .....	44

## **BAB II. HASIL DAN ANALISIS PENELITIAN**

A. Deskripsi Obyek Penelitian .....	46
B. Uji Validitas dan Reliabilitas .....	48
1. Uji Variabel X1( <i>Legitimacy</i> ) .....	49
2. Uji Variabel X2 ( <i>Oppositional Brand Loyalty</i> ) .....	51
3. Uji Variabel X3 ( <i>Celebrating History of The Brand</i> ) .....	53
4. Uji Variabel X4 ( <i>Sharing Brand Stories</i> ) .....	55
5. Uji Variabel X5 ( <i>Integrating and Retaining Member</i> ).....	57
6. Uji Variabel Y ( <i>Brand Loyalty</i> ).....	59

C. Gambaran Umum Responden .....	61
1. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	61
2. Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan .....	62
3. Deskripsi Responden Berdasarkan Lama Bergabung .....	62
D. Analisis Jawaban Responden Per Variabel .....	63
1. <i>Legitimacy</i> (X1) .....	63
2. <i>Oppositional Brand Loyalty</i> (X2) .....	65
3. <i>Celebrating Brand History</i> (X3).....	67
4. <i>Sharing Brand Stories</i> (X4).....	68
5 <i>Integrating And Retaining Members</i> (X5).....	70
6. <i>Brand Loyalty</i> (Y).....	72
E. Analisis Regresi Linier Berganda .....	75
F. Uji Asumsi Klasik .....	79
1. Uji Normalitas .....	79
2. Uji Multikolinearitas .....	80
3. Uji Heteroskedastisitas .....	82
G. Uji <i>Goodness of Fit</i> .....	83
1. Uji Parameter Secara Individu (Uji t) .....	83
2. Uji Parameter Secara Bersama-sama (Uji F) .....	86
3. Koefisien Determinasi dan Korelasi .....	88
H. Pembahasan .....	90
 <b>BAB III. PENUTUP</b>	
A. Kesimpulan .....	93
B. Keterbatasan Penelitian .....	94
C. Saran .....	95
1. Saran Bagi Perusahaan .....	95
2. Saran Bagi Peneliti Selanjutnya .....	97
Daftar Pustaka .....	98
Lampiran .....	99

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Survey Top Brand Kategori Sepatu Kasual Tahun 2013 .....	8
Tabel 1.2 Survey Top Brand Kategori Sepatu Kasual Tahun 2014 .....	9
Tabel 2.1 Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel X1 .....	49
Tabel 2.2 Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel X2 .....	51
Tabel 2.3 Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel X3 .....	53
Tabel 2.4 Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel X4 .....	55
Tabel 2.5 Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel X5 .....	57
Tabel 2.6 Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Y .....	59
Tabel 2.7 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	61
Tabel 2.8 Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan .....	62
Tabel 2.9 Deskripsi Responden Berdasarkan Lama Bergabung .....	63
Tabel 2.10 Frekuensi Jawaban Kuesioner Variabel X1 .....	64
Tabel 2.11 Frekuensi Jawaban Kuesioner Variabel X2 .....	66
Tabel 2.12 Frekuensi Jawaban Kuesioner Variabel X3 .....	67
Tabel 2.13 Frekuensi Jawaban Kuesioner Variabel X4 .....	69
Tabel 2.14 Frekuensi Jawaban Kuesioner Variabel X5 .....	71
Tabel 2.15 Frekuensi Jawaban Kuesioner Variabel Y .....	73
Tabel 2.16 Hasil Regresi .....	76
Tabel 2.17 Pengujian Multikolinearitas .....	80
Tabel 2.18 Hasil Uji t .....	85
Tabel 2.19 Hasil Uji F .....	87
Tabel 2.20 Koefisien Determinasi dan Korelasi .....	88

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Hipotesis Pengaruh Komunitas Merek terhadap Loyalitas Merek .....	28
Gambar 1.2 Konsep Pemecahan Masalah .....	44
Gambar 2.1 Foto Pendiri Komunitas 3 Foil.ID .....	46
Gambar 2.2 Uji Normalitas ( <i>Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual</i> ) .....	79
Gambar 2.3 Uji Heteroskedastisitas ( <i>Scatterplot</i> ) .....	83
Gambar 2.4 Hipotesis Pengaruh Komunitas Merek terhadap Loyalitas Merek .....	84

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A. Kuesioner Penelitian .....	102
Lampiran B. Data Hasil Penelitian .....	117
Lampiran C. Data Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas .....	135
Lampiran D. Data Hasil Uji Regresi Linear Berganda .....	142
Lampiran E. Data Hasil Uji Normalitas .....	146

