



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

### **Copyright and reuse:**

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

## PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama Penyusun : Irene Putri Padang  
Nomor Induk Mahasiswa : 08130110060  
Fakultas/Jurusan : Ekonomi/ Manajemen  
Judul Skripsi : Pengaruh Partisipasi Komunitas Merek Virtual  
Terhadap Kepercayaan dan Loyalitas Produk  
Blackberry Dalam [www.komunitasblackberry.com](http://www.komunitasblackberry.com)  
Dosen Pembimbing : Anna Riana Putriya, S.E., M.Si.

Tangerang, 18 Januari 2012

Ketua Sidang

Penguji

Dewi Wahyu Handayani, SE, MM

Ir. Y Budi Susanto, MM

Dosen Pembimbing

Ketua Program Studi

Anna Riana Putriya, S.E., M.Si.

Anna Riana Putriya, S.E., M.Si.

## PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini saya, Irene Putri Padang, menyatakan bahwa skripsi dengan judul :

**PENGARUH PARTISIPASI KOMUNITAS MEREK VIRTUAL TERHADAP KEPERCAYAAN DAN LOYALITAS PRODUK BLACKBERRY DALAM WWW.KOMUNITASBLACKBERRY.COM**

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 tanpa memberikan pengakuan penulis aslinya.

Apabila saya melakukan tindakan yang bertentangan dengan hal tersebut diatas, baik disengaja maupun tidak, dengan ini saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri ini. Apabila 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

Tangerang, 19 Desember 2011

Yang membuat pernyataan

Irene Putri Padang

NIM: 08130110060

## Motto dan Persembahan

"Patient, persistence and perspiration make an unbeatable combination for success."

– Napoleon Hill

"Dan segala sesuatu yang kamu lakukan dengan perkataan atau perbuatan, lakukanlah semuanya itu dalam nama Tuhan Yesus, sambil mengucap syukur oleh Dia kepada Allah, Bapa kita."

– Kolose 3 : 17

Skripsi ini kupersembahkan untuk:

Papa dan Mama tercinta  
dan Adikku tersayang

UMMN

## ABSTRAK

Manusia mempunyai tuntutan kebutuhan untuk saling berkomunikasi dengan orang lain, berinteraksi, dan menjalin persahabatan dengan lingkungan tempat dimana ia tinggal, maupun dengan lingkungan baru di luar jangkauan kesehariannya. Kumpulan individu yang memiliki kesamaan dalam hal norma, nilai, kebiasaan, visi atau tujuan disebut dengan komunitas. Salah satu komunitas yang terbentuk dari kesamaan konsumsi akan sebuah merek tertentu disebut komunitas merek. Seiring dengan berkembangnya teknologi informasi, membuat hubungan diantara anggota komunitas tidak hanya terjadi melalui tatap muka, tapi dengan internet memungkinkan terbentuknya komunitas virtual yang salah satunya di Indonesia adalah [www.komunitasblackberry.com](http://www.komunitasblackberry.com).

Berdasarkan dari uraian tersebut, maka dalam penelitian akan dibahas mengenai pengaruh partisipasi dalam komunitas merek virtual terhadap kepercayaan dan loyalitas produk Blackberry dengan objek penelitian adalah komunitas merek virtual [www.komunitasblackberry.com](http://www.komunitasblackberry.com). Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif dan kuantitatif yang menitikberatkan pada pengujian hipotesis. Data yang digunakan adalah data primer dimana dilakukan dengan penyebaran kuesioner *online* dengan metode pengambilan sampling *simple random sampling*. Jumlah sampel yang diambil sebanyak 80 orang. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi linear dan uji intervening dengan bantuan *software SPSS for windows 19.0*.

Hasil penelitian ini menyebutkan bahwa partisipasi (X) dalam komunitas virtual [www.komunitasblackberry.com](http://www.komunitasblackberry.com) mempunyai pengaruh positif dan signifikan dalam hubungan secara langsung terhadap loyalitas produk Blackberry (Y), berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan produk Blackberry (Z) serta mempunyai pengaruh positif dan signifikan dalam hubungan tidak langsung terhadap loyalitas produk Blackberry (Y) dengan kepercayaan produk Blackberry (Z) sebagai variabel intervening.

Kata kunci: partisipasi, kepercayaan, loyalitas, komunitas merek virtual.

## **ABSTRACT**

*Humans have demand of communicating with others, interacting, and making friendly with their environment where they have lived, and also the new environment where they could not reach directly. A social group of individuals whereby have similar norm, value, vision, and objective has been defined as community. One of community which conducted by brand similarity is categorized as brand community. Furthermore, increasing of information technology has made sharing activity among member of community not only facilitated based on face to face, but internet connection has developed virtual community such as one of virtual brand communities in Indonesia [www.komunitasblackberry.com](http://www.komunitasblackberry.com).*

*Based on those analysis, this research focuses of effect of members' participation in a virtual brand community on their trust and loyalty of Blackberry product and object of this research was [www.komunitasblackberry.com](http://www.komunitasblackberry.com) as one of virtual brand community. This research used descriptive and quantitative approach which focused on analysis test of hypotheses. Data pimer were used in this research, where collected by was distributing online questionnaire which used simple random sampling as sampling technique. This research obtained 80 sample from members of [www.komunitasblackberry.com](http://www.komunitasblackberry.com) as object of virtual brand communities. For testing hypotheses, were used analysis of regression linear and intervening test which developed by software SPSS for windows 19.0.*

*The finding of this research are participation (X) in community of [www.komunitasblackberry.com](http://www.komunitasblackberry.com) as virtual brand community has positive impact and significant directly on Blackberry product loyalty (Y), positively and significant on trust of Blackberry product (Z) and also participation indirectly has positive impact on Blackberry product loyalty (Y) where trust of Blackberry product (Z) as intervening variable.*

*Keywords: participation, trust, loyalty, virtual brand community.*

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yesus Kristus, atas limpahan kasih dan berkat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“PENGARUH PARTISIPASI KOMUNITAS MEREK VIRTUAL TERHADAP KEPERCAYAAN DAN LOYALITAS PRODUK BLACKBERRY DALAM WWW.KOMUNITASBLACKBERRY.COM.”**

Penulis menyadari bahwa terselesainya penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, dukungan, petunjuk, dan saran dari semua pihak. Untuk itu penulis dengan segala kerendahan hati ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini khususnya kepada :

1. Tuhan Yesus Kristus yang selalu mencurahkan kasih dan berkat-Nya kepada penulis.
2. Ibu Anna Riana Putriya, S.E.,M.Si., selaku Ketua Program Studi Manajemen S-1 Universitas Multimedia Nusantara sekaligus sebagai Dosen pembimbing atas waktu yang telah diluangkan untuk arahan, bimbingan, petunjuk, dan nasehat dalam proses pembuatan skripsi sampai selesai.
3. Seluruh dosen Universitas Multimedia Nusantara yang sudah mengajari dan memberi banyak ilmu dan pengalaman kepada penulis selama menempuh pembelajaran kuliah terutama dosen-dosen program studi manajemen Pak Bayu, Bu Dewi, Bu Putu, Pak Sugi, dan Pak Budi.
4. Seluruh staf BAAK Universitas Multimedia Nusantara yang telah membantu administrasi dari penyelesaian skripsi ini terutama mbak Diana.
5. Seluruh anggota komunitas merek online [www.komunitasblackberry.com](http://www.komunitasblackberry.com) yang telah bersedia dibagikan kuesioner untuk dijadikan sampel dalam penelitian ini.
6. Orang tua, Mama, Papa dan keluarga yang selalu memberikan doa dan dukungan kepada penulis dalam penyelesaian skripsi.
7. Senior UMN, Handoko yang telah memberikan banyak masukan mengenai skripsi yang dibuat penulis.
8. Seluruh teman-teman Manajemen 2008 yang telah menemani tahun-tahun perjuangan selama penulis berkuliah di UMN.
9. Teman-teman rumah cluster Alexandrite, Pingkan, Prilly, Medi, Ira, Majesty, Indah, dan Mery yang memberikan dukungan dan semangat kepada penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi.

10. Terima kasih juga buat teman-teman *Indonesian Fellowship* di Malaysia yang selalu membantu, memberi semangat dan mendoakan penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi Bang Nuah, Jenny, Patris, Ivan, Evan, Arnold dan lainnya yang tidak bisa disebutkan satu per satu. *You all inspired me much.*
11. Terima kasih juga buat teman-teman kantor Kurnia Malaysia yang selalu memberikan semangat dan saran buat penulis, Jalex, Rachel, Simon, Mr.Edward, Mr.John, Mr. Hendry, Ms.Lay Hua, Ms. Elly, Mr.Chong dan Madam KK Lee.
12. Secara khusus terima kasih juga buat Matheos Lesawengan, yang selalu mendukung, memberi semangat dan tidak pernah bosan menemani penulis dalam menyelesaikan skripsi.
13. Serta seluruh pihak yang namanya tidak dapat disebutkan satu persatu penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya atas bantuan dan doanya selama ini.

Tangerang, 19 Desember 2011

Penulis

UMMN



## DAFTAR ISI

PERSETUJUAN SKRIPSI.....	i
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	ii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iii
ABSTRAK.....	iv
<i>ABSTRACT</i> .....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 LATAR BELAKANG.....	1
1.2 RUMUSAN MASALAH.....	5
1.3 TUJUAN PENELITIAN.....	5
1.4 MANFAAT PENELITIAN.....	6
1.5 SISTEMATIKA PENULISAN SKRIPSI.....	7
BAB II TINJAUAN KEPUSTAKAAN.....	9
2.1 LANDASAN TEORI.....	9
2.1.1 Manajemen Pemasaran.....	9
2.1.2 Komunitas ( <i>Community</i> ).....	10
2.1.3 Merek ( <i>Brand</i> ).....	15
2.1.4 Partisipasi ( <i>Participation</i> ).....	16
2.1.5 Kepercayaan ( <i>Trust</i> ).....	17
2.1.6 Loyalitas ( <i>Loyalty</i> ).....	19
2.2 HUBUNGAN ANTAR VARIABEL PENELITIAN.....	20
2.2.1 Hubungan Partisipasi Terhadap Loyalitas.....	20

2.2.2 Hubungan Partisipasi Terhadap Kepercayaan Produk .....	21
2.2.3 Hubungan Kepercayaan Produk dengan Loyalitas .....	23
2.3 PENELITIAN SEBELUMNYA .....	24
2.4 HIPOTESIS DAN MODEL ANALISIS .....	31
2.4.1 Hipotesis.....	31
2.4.2 Model Analisis Penelitian .....	32
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>33</b>
3.1 GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN .....	33
3.2. DESAIN PENELITIAN .....	37
3.3 RUANG LINGKUP PENELITIAN .....	38
3.3.1 Populasi, Unit Sampel ( <i>Population, Sampling Unit</i> ).....	38
3.3.2 <i>Sampling frame</i> .....	39
3.3.3 Teknik Pengambilan Sampel ( <i>Sampling Techniques</i> ) .....	39
3.3.4 Ukuran sampel ( <i>sampling size</i> ) .....	40
3.3.5 <i>Sampling Process</i> .....	40
3.4 IDENTIFIKASI VARIABEL.....	42
3.4.1 Variabel bebas ( <i>independent variable</i> ) .....	42
3.4.2 Variabel terikat ( <i>dependent variable</i> ).....	42
3.4.3 Variabel intervening ( <i>intervening variable</i> ) .....	42
3.5 DEFINISI OPERASIONAL.....	43
3.5.1 Variabel Bebas (X) : Partisipasi ( <i>Participation</i> ) .....	43
3.5.2 Variabel intervening (Z) : Kepercayaan ( <i>Trust</i> ) .....	44
3.5.3 Variabel Terikat (Y) : Loyalitas ( <i>Loyalty</i> ).....	47
3.6 TEKNIK ANALISIS .....	51
3.6.1 Uji Instrumen .....	51
3.6.2 Uji Model.....	53
3.6.2.1 Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	53
3.6.2.2 Uji F.....	53

3.6.3 Uji Asumsi Klasik.....	54
3.6.3.1 Uji Normalitas .....	54
3.6.3.2 Uji Linearitas.....	55
3.6.3.3 Uji Multikolonieritas .....	55
3.6.3.4 Uji Heteroskedastisitas .....	56
3.6.4 Uji Hipotesis .....	57
3.6.4.1 Analisis Regresi Linear .....	57
3.6.4.2 Uji – t.....	58
3.6.4.3 Uji Intervening .....	59
<b>BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>62</b>
<b>4.1 DESKRIPSI HASIL PENELITIAN.....</b>	<b>62</b>
4.1.1 Dekskripsi Profil Responden .....	62
4.1.1.1 Jenis Kelamin .....	62
4.1.1.2 Usia.....	63
4.1.1.3 Tingkat Pendidikan .....	64
4.1.1.4 Lama Keanggotaan Komunitas .....	65
4.1.1.5 Lama Menggunakan Blackberry .....	66
4.1.1.6 Frekuensi keaktifan anggota dalam komunitas .....	67
4.1.2 Analisa Deskriptif .....	69
4.1.2.1 Partisipasi (X).....	70
4.1.2.2 Kepercayaan (Z).....	72
4.1.2.2.1 Kejujuran ( <i>honesty</i> ) ( $Z_1$ ).....	72
4.1.2.2.2 Kebajikan ( <i>benevolence</i> ) ( $Z_2$ ).....	74
4.1.2.2.3 Kompetensi ( <i>competence</i> ) ( $Z_3$ ).....	76
4.1.2.3 Loyalitas (Y) .....	78
<b>4.2 UJI INSTRUMEN .....</b>	<b>79</b>
4.2.1 Uji Validitas .....	79
4.2.2 Uji Reliabilitas .....	83

4.3 UJI ASUMSI KLASIK.....	85
4.3.1 Uji Normalitas .....	85
4.3.2 Uji Linearitas .....	88
4.3.3 Uji Multikolonieritas .....	91
4.3.3.1 Partisipasi terhadap Kepercayaan.....	92
4.3.3.2 Partisipasi dan Kepercayaan terhadap Loyalitas .....	93
4.3.4 Uji Heteroskedastisitas .....	94
4.3.4.1 Partisipasi terhadap Kepercayaan.....	95
4.3.4.2 Partisipasi dan Kepercayaan terhadap Loyalitas .....	96
4.4 UJI REGRESI.....	97
4.4.1 Partisipasi terhadap Kepercayaan .....	98
4.4.2 Partisipasi dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas .....	99
4.5 UJI MODEL .....	101
4.5.1 Koefisien Determinasi .....	101
4.5.1.1 Partipasi Terhadap Kepercayaan .....	102
4.5.1.2 Partisipasi dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas .....	103
4.5.2 Uji-F.....	103
4.5.2.1 Partisipasi Terhadap Kepercayaan.....	104
4.5.2.2 Partisipasi dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas .....	105
4.6 UJI HIPOTESIS .....	106
4.6.1 Uji – t.....	106
4.6.1.1 Partisipasi Terhadap Kepercayaan.....	107
4.6.1.2 Partisipasi dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas .....	108
4.6.2 Uji Intervening.....	109
4.7 PEMBAHASAN.....	111
4.7.1 Pengaruh partisipasi terhadap loyalitas .....	111
4.7.2 Pengaruh Partisipasi Terhadap Kepercayaan.....	113
4.7.3 Pengaruh Partisipasi Terhadap Loyalitas dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening .....	115

BAB V PENUTUP .....	117
5.1 Kesimpulan.....	117
5.2 Keterbatasan Penelitian .....	119
5.3.Saran .....	119
DAFTAR PUSTAKA .....	121
LAMPIRAN 1 Kuesioner .....	125
LAMPIRAN 2 Uji Pre-Test Validitas dan Reliabilitas.....	128
LAMPIRAN 3 Uji Sampel Validitas dan Reliabilitas .....	131
LAMPIRAN 4 Uji Regresi .....	134
LAMPIRAN 5 Uji Linearitas .....	138
LAMPIRAN 6 Uji Multikolonieritas.....	140
LAMPIRAN 7 Data anggota aktif .....	140

UMMN

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian sebelumnya dan hasil penelitiannya .....	26
Tabel 3.1 Operasional Variabel .....	49
Tabel 4.1 Jenis Kelamin.....	62
Tabel 4.2 Usia Responden .....	63
Tabel 4.3 Tingkat Pendidikan Responden .....	64
Tabel 4.4 Lama Keanggotaan Komunitas.....	65
Tabel 4.5 Lama Menggunakan Blackberry.....	66
Tabel 4.6 Frekuensi Keaktifan Responden .....	67
Tabel 4.5 Kategori Mean dari Skor Interval .....	69
Tabel 4.6 Penilaian Responden Terhadap Variabel Partisipasi .....	70
Tabel 4.7 Penilaian Responden Terhadap Variabel Kejujuran .....	72
Tabel 4.8 Penilaian Responden Terhadap Variabel Kebajikan .....	74
Tabel 4.9 Penilaian Responden Terhadap Variabel Kompetensi.....	76
Tabel 4.10 Penilaian Responden Terhadap Variabel Loyalitas .....	78
Tabel 4.11 Uji validitas untuk variabel partisipasi .....	80
Tabel 4.12 Uji validitas untuk variabel kepercayaan.....	81
Tabel 4.13 Uji validitas untuk variabel loyalitas .....	81
Tabel 4.14 Hasil uji validitas variabel partisipasi, kepercayaan dan loyalitas .....	82
Tabel 4.15 Uji reliabilitas untuk variabel partisipasi .....	83
Tabel 4.16 Uji reliabilitas untuk variabel kepercayaan .....	84
Tabel 4.17 Uji reliabilitas untuk variabel loyalitas .....	84
Tabel 4.18 Uji reliabilitas partisipasi, kepercayaan dan loyalitas.....	85
Tabel 4.19 Hasil Uji Multikolonieritas partisipasi terhadap kepercayaan ....	92
Tabel 4.20 Hasil Uji Multikolonieritas partisipasi dan kepercayaan pada loyalitas .....	93
Tabel 4.21 Hasil Analisis Regresi partisipasi terhadap kepercayaan .....	98

Tabel 4.22 Hasil Analisis Regresi partisipasi dan kepercayaan terhadap loyalitas .....	99
Tabel 4.23 Koefisien Determinasi partisipasi terhadap kepercayaan .....	102
Tabel 4.24 Koefisien Determinasi partisipasi dan kepercayaan pada loyalitas .....	103
Tabel 4.25 Hasil Uji – F Partisipasi terhadap kepercayaan .....	104
Tabel 4.26 Hasil Uji – F Partisipasi dan kepercayaan terhadap loyalitas ...	105
Tabel 4.27 Hasil Uji – t Partisipasi terhadap kepercayaan .....	107
Tabel 4.28 Hasil Uji – t Partisipasi dan kepercayaan terhadap loyalitas ....	108



UMN

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Tipe Anggota Dalam Komunitas .....	15
Gambar 3.1 Layout website komunitas merek virtual www.komunitasblackberry.com .....	35
Gambar 3.2 Model Penelitian .....	57
Gambar 3.3 Analisis Jalur (Path Analysis) .....	60
Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas Partisipasi terhadap Kepercayaan .....	86
Gambar 4.3 Hasil Uji Normalitas Partisipasi dan Kepercayaan pada Loyalitas .....	87
Gambar 4.4 Hasil Uji Linearitas Partisipasi terhadap Loyalitas .....	88
Gambar 4.5 Hasil Uji Linearitas Partisipasi terhadap Kepercayaan .....	89
Gambar 4.6 Hasil Uji Linearitas Kepercayaan terhadap Loyalitas .....	90
Gambar 4.7 Hasil Uji Heteroskedastisitas Partisipasi terhadap Kepercayaan .....	95
Gambar 4.8 Hasil Uji Heterokedastisitas Partisipasi dan Kepercayaan terhadap Loyalitas .....	96
Gambar 4.9 Analisis Jalur ( <i>Path Analysis</i> ) .....	110

UMMN



