

SKRIPSI

**PENGARUH KOMUNITAS MEREK TERHADAP KESETIAAN
MEREK ANGGOTA KOMUNITAS VESPA DI JAKARTA :
KECINTAAN MEREK DAN WOM SEBAGAI MEDIASI**



DIAJUKAN OLEH:

NAMA: Hazel

NIM : 115160509

**UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN DARI SYARAT-SYARAT
GUNA MENCAPAI GELAR SARJANA EKONOMI**

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
UNIVERSITAS TARUMANAGARA
FAKULTAS EKONOMI**

JAKARTA

2020

SKRIPSI

**PENGARUH KOMUNITAS MEREK TERHADAP KESETIAAN
MEREK ANGGOTA KOMUNITAS VESPA DI JAKARTA :
KECINTAAN MEREK DAN WOM SEBAGAI MEDIASI**



DIAJUKAN OLEH:

NAMA: Hazel

NIM : 115160509

**UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN DARI SYARAT-SYARAT
GUNA MENCAPAI GELAR SARJANA EKONOMI**

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
UNIVERSITAS TARUMANAGARA
FAKULTAS EKONOMI**

JAKARTA

2020

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama mahasiswa : Hazel
NPM (Nomor Pokok Mahasiswa) : 115160509
Program Studi : Manajemen
Alamat : tytyan Indah blok w4/9 Belkahi Barat
Telp. ~~0821~~ (021) 8809163
Fax. 08211352690

Dengan ini saya menyatakan, apabila dalam pembuatan skripsi ternyata saya:

1. Melakukan plagiat/menyontek;
2. Mengutip tanpa menyebut sumbernya;
3. Menggunakan data fiktif atau meminimalisir data;
4. Melakukan riset perusahaan fiktif (hal ini Jurusan Akuntansi/Manajemen dapat konfirmasi langsung ke perusahaan terkait sesuai dengan surat risetnya).

Saya bersedia dikenakan sanksi berupa pembatalan skripsi dan diskors maksimal 2 (dua) semester. Kemudian apabila hal di atas terbukti setelah lulus ujian skripsi/komprehensif saya bersedia dinakutkan batal skripsi dan kelulusan.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa ada paksaan dari pihak manapun.

14 July 2020

Hazel
(nama lengkap Mahasiswa)

Catatan:

1. Asli dikembalikan ke jurusan Akuntansi/Manajemen dan difotocopy untuk mahasiswa yang bersangkutan.
2. Gores diartikan pada skripsi sebelum masuk ujian setelah lulus ujian dan resmi.

UNIVERSITAS TARUMANAGARA
FAKULTAS EKONOMI
JAKARTA

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

NAMA : HAZEL
NPM : 115160509
PROGRAM / JURUSAN : S1 / MANAJEMEN
KONSENTRASI : MANAJEMEN PEMASARAN
JUDUL SKRIPSI : PENGARUH KOMUNITAS MEREK
TERHADAP KESETIAAN MEREK ANGGOTA
KOMUNITAS VESPA DI JAKARTA :
KECINTAAN MEREK DAN WOM SEBAGAI
MEDIASI

Jakarta, Juli 2020

Pembimbing,



(Yenny Lego S.E., M.M.)

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TARUMANAGARA
JAKARTA

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Hazel
NIM : 115160509
Program Studi : S1 Manajemen

Judul Skripsi

PENGARUH KOMUNITAS MEREK TERHADAP KESETIAAN MEREK
ANGGOTA KOMUNITAS VESPA DI JAKARTA : KECINTAAN MEREK
DAN WOM SEBAGAI MEDIASI

Telah diuji pada Ujian Skripsi dan Komprehensif tanggal 22 Juli 2020 dan dinyatakan lulus, dengan tim penguji yang terdiri atas:

1. Ketua : Ida Puspitowati, S.E., M.E.
2. Pembimbing : Yenny Lego, S.E., M.M.
3. Anggota : Dra. Yusbardini, M.M.

Jakarta, 28 Juli 2020

Pembimbing



(Yenny Lego S.E., M.M)

ABSTRAK

UNIVERSITAS TARUMANAGARA

FAKULTAS EKONOMI

JAKARTA

- (A) HAZEL (115160509)
- (B) PENGARUH KOMUNITAS MEREK TERHADAP KESETIAAN MEREK ANGGOTA KOMUNITAS VESPA DI JAKARTA : KECINTAAN MEREK DAN WOM SEBAGAI MEDIASI.
- (C) XVII + 78 halaman, tabel 22, gambar 10, lampiran 4
- (D) MANAJEMEN PEMASARAN

Abstrak: Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji apakah komunitas merek memiliki pengaruh positif terhadap kesetiaan merek dengan kecintaan merek dan WOM sebagai mediasi pada anggota komunitas Vespa di Jakarta. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*. Kuisioner yang digunakan sebanyak 110 responden yang menggunakan Vespa dan masuk kedalam sebuah komunitas Vespa di Jakarta. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan *software* SmartPLS 3. Hasil dari penelitian menunjukkan komunitas merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap kecintaan merek, komunitas merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap WOM, kecintaan merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap kesetiaan merek, WOM tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kesetiaan merek, komunitas merek tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kesetiaan merek, kecintaan merek dapat memediasi komunitas merek terhadap kesetiaan merek, dan WOM tidak dapat memediasi komunitas merek terhadap kesetiaan merek.

- (E) **Kata kunci:** Komunitas Merek, Kecintaan Merek, WOM, Kesetiaan Merek
- (F) Daftar Pustaka 35 (1967-2019)
- (G) Yenny Lego, S.E., M.M.

ABSTRACT

UNIVERSITAS TARUMANAGARA
FAKULTAS EKONOMI
JAKARTA

- (A) HAZEL (115160509)
- (B) *IMPACT OF BRAND COMMUNITY ON BRAND LOYALTY WITH BRAND LOVE AND WOM AS MEDIATION FOR VESPA COMMUNITY MEMBERS IN JAKARTA.*
- (C) XVII + 78 page, table 22, pictures 10, attachment 4
- (D) MANAJEMEN PEMASARAN
- (E) **Abstrak:** *The purpose of this study was to examine whether brand community have a positive influence toward brand loyalty with customer satisfaction WOM as mediator to Vespa community members in Jakarta. In this research sample collection was carried out using a purposive sampling technique. Questionnaires were used as much as 110 respondents who joined Vespa community members in Jakarta. The result of this research refer that brand community has a positive and significant effect toward brand love, brand community has a positive and significant effect toward WOM, brand love has a positive and significant effect toward brand loyalty, WOM has no a positive and significant effect toward brand loyalty, brand community has no a positive and significant effect toward brand loyalty, brand love able to mediate brand community toward brand loyalty, and WOM not able to mediate brand community toward brand loyalty.*
- (F) **Keywords:** *Brand Community, Brand Love, WOM, Brand Loyalty.*
- (G) *References 35 (1967-2019)*
- (H) Yenny Lego, S.E., M.M.