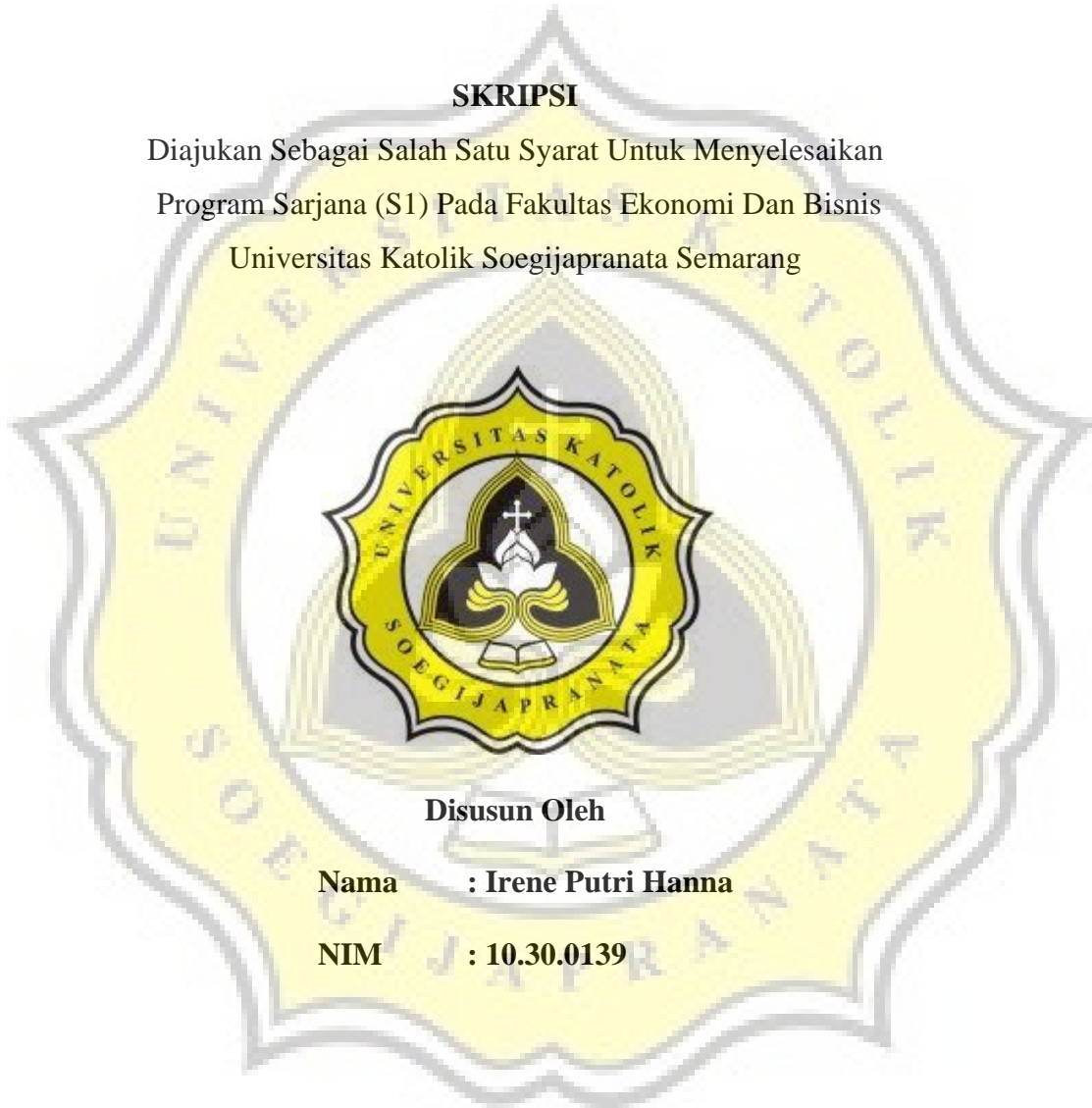


**Persepsi Anggota Komunitas Mobil Tentang *Brand Community*:  
Kesadaran Bersama, Ritual dan Tradisi, Tanggung Jawab Moral  
(Studi Pada Komunitas Sirion Indonesia *Club*, Toyota Yaris *Club* Indonesia  
dan  
Swift *Club* Indonesia Semarang)**

**SKRIPSI**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Menyelesaikan  
Program Sarjana (S1) Pada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis  
Universitas Katolik Soegijapranata Semarang



**Disusun Oleh**

**Nama : Irene Putri Hanna**

**NIM : 10.30.0139**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA  
SEMARANG**

**2014**

## HALAMAN PERSETUJUAN

Nama : Irene Putri Hanna

NIM : 10.30.0139

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Jurusan : Manajemen

Judul : **PERSEPSI ANGGOTA KOMUNITAS MOBIL TENTANG  
*BRAND COMMUNITY*: KESADARAN BERSAMA, RITUAL  
DAN TRADISI, TANGGUNG JAWAB MORAL (STUDI  
PADA KOMUNITAS SIRION INDONESIA *CLUB*,  
TOYOTA YARIS *CLUB* INDONESIA DAN SWIFT *CLUB*  
INDONESIA SEMARANG)**

Telah disetujui dan diterima dengan baik pada :

Semarang, 07 November 2014

Pembimbing

A. Posmaria Setiasiwi S., SE., Msi.

## HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Judul : Persepsi Anggota Komunitas Mobil tentang *Brand Community*: Kesadaran Bersama, Ritual dan Tradisi, Tanggung Jawab Moral (Studi Pada Komunitas Sirion Indonesia *Club*, Toyota Yaris *Club* Indonesia dan Swift *Club* Indonesia Semarang)

Disusun oleh :

Nama : Irene Putri Hanna

NIM : 10.30.0139

Konsentrasi : Pemasaran

Program Studi : Manajemen

Telah diuji dan dipertahankan dihadapan Tim Penguji pada tanggal 21 November 2014

Tim Penguji

Koordinator

Anggota

Anggota

(Sentot Suciarto A., Ph.D) (M. Widyanto, SE. MM) (A. Posmaria Setiasiwi S., SE., Msi.)

Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis

Universitas Katolik Soegijapranata

Sentot Suciarto A., Ph.D

## **PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI**

Saya yang bertandatangan dibawah ini dengan sesungguhnya menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

**Persepsi Anggota Komunitas Mobil tentang *Brand Community*: Kesadaran Bersama, Ritual dan Tradisi, Tanggung Jawab Moral**  
**(Studi Pada Komunitas Sirion Indonesia Club, Toyota Yaris Club Indonesia dan Swift Club Indonesia Semarang)**

Merupakan karya saya sendiri. Saya menyatakan bahwa dalam skripsi yang saya tulis adalah hasil pemikiran saya. Apabila dikemudian hari ditemukan ada bentuk-bentuk kecurangan, saya bersedia untuk menerima sanksi apapun dari Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Katolik Soegijapranata Semarang.

Semarang, November 2014

Irene Putri Hanna

## HALAMAN MOTO DAN PERSEMBAHAN

*“Diberkatilah orang yang mengandalkan Tuhan,  
yang menaruh harapannya pada Tuhan.”*

**Skripsi ini saya persembahkan untuk :**

- Keluargaku
- Kekasihku
- Sahabat-sahabatku



## KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yesus Kristus yang selalu senantiasa melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul *Persepsi Anggota Komunitas Mobil tentang Brand Community: Kesadaran Bersama, Ritual dan Tradisi, Tanggung Jawab Moral (Studi Pada Komunitas Sirion Indonesia Club, Toyota Yaris Club Indonesia dan Swift Club Indonesia Semarang)*.

Skripsi ini diajukan untuk memenuhi persyaratan dalam mencapai gelar S1 pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis jurusan Manajemen, Universitas Katolik Soegijapranata Semarang.

Dalam menyelesaikan skripsi ini, penulis banyak mengalami hambatan, oleh sebab itu penulis membutuhkan dukungan dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada berbagai pihak, yaitu :

1. Bapak Sentot Suciarto A., Ph. D selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Katolik Soegijapranata Semarang.
2. Ibu A. Posmaria Setiasiwi S., SE., Msi. selaku dosen pembimbing yang senantiasa membimbing dan memberikan petunjuk dalam penyusunan skripsi ini.
3. Bapak Sentot Suciarto A., Ph. D dan Bapak M. Widyanto, SE. MM selaku dosen penguji yang senantiasa membimbing dan memberikan saran dalam penyelesaian skripsi ini.
4. Seluruh dosen pengajar dan seluruh staff Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unika Soegijapranata Semarang.
5. Komunitas Mobil Sirion Indonesia *Club*, Toyota Yaris *Club* Indonesia dan Swift *Club* Indonesia Semarang yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan jawaban guna pengumpulan data dalam penyusunan skripsi ini.
6. Keluargaku Mami, Papi, Mas Ranggi, Mbak Nia dan Jojo yang selalu memberikan doa dan dukungan.

7. Kekasihku Fransisco yang selalu memberikan banyak dukungan dan doa dalam proses penyusunan skripsi ini.
8. Keluarga besar Van Thiel yang selalu memberikan doa dan dukungan.
9. Sahabat kampusku Fena, Arinda, Ulfa, Eline, Lia, Restu, Dodi, Dudung, Sinyo yang selalu memberikan dukungan, bantuan dan doa dalam proses penyusunan skripsi ini.
10. Sahabat lamaku Dian, Mey, Nana, Ayu, Enis, Tia yang selalu memberikan doa dan dukungan.
11. Dan semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu per satu yang telah banyak membantu dalam proses penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, untuk itu penulis mohon maaf dan mengharapkan adanya kritik dan saran yang membangun.

Akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat untuk pembaca.

Semarang, November 2014

Irene Putri Hanna

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PERSETUJUAN .....	i
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI .....	ii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI .....	iii
HALAMAN MOTO DAN PERSEMBAHAN .....	iv
KATA PENGANTAR .....	v-vi
DAFTAR ISI .....	vii-ix
DAFTAR GAMBAR .....	x
DAFTAR TABEL .....	xi
DAFTAR LAMPIRAN .....	xii
ABSTRAK .....	xiii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang .....	1-5
1.2 Rumusan Masalah .....	5
1.3 Tujuan Penelitian .....	6
1.4 Manfaat Penelitian .....	6
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b>	
2.1 Pengertian Persepsi .....	7
2.2 Pengertian Komunitas .....	8-9
2.3 Pengertian Komunitas Merek ( <i>Brand Community</i> ) .....	10-12
2.4 Kerangka Pikir .....	12-13
2.5 Definisi Operasional .....	14-15
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
3.1 Obyek dan Lokasi .....	16
3.2 Populasi dan Sampel .....	16-17
3.3 Teknik Pengumpulan Data .....	17-18
3.4 Jenis Data .....	18
3.5 Skala Pengukuran .....	18-19
3.6 Teknik Analisis .....	19



## **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

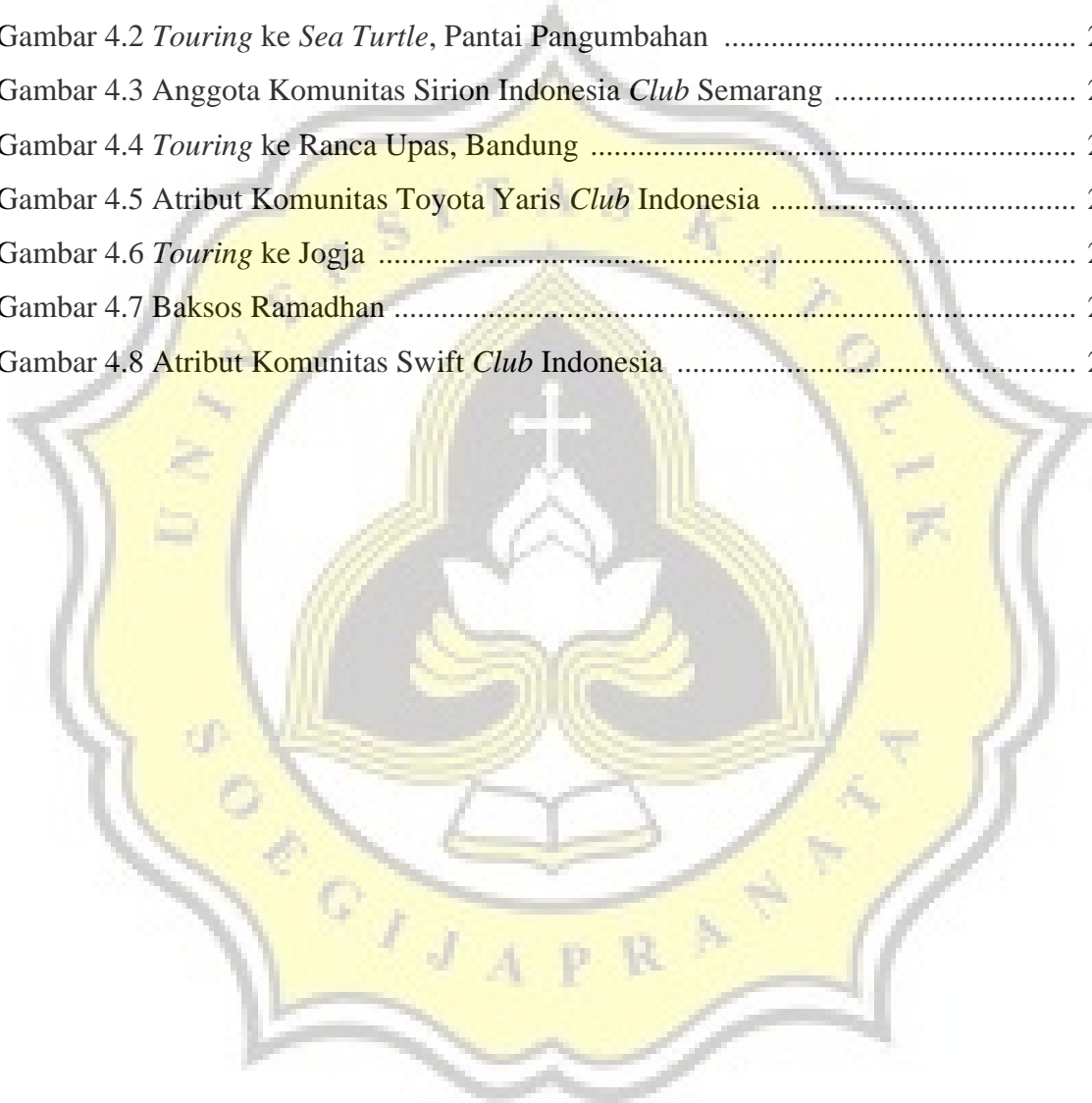
4.1 Gambaran Umum Komunitas .....	20
4.1.1 Profil Komunitas Sirion Indonesia <i>Club</i> .....	20-22
4.1.1 Profil Komunitas Toyota Yaris <i>Club</i> Indonesia .....	22-24
4.1.1 Profil Komunitas Swift <i>Club</i> Indonesia .....	24-26
4.2 Gambaran Umum Responden .....	26
4.2.1 Gambaran Responden Berdasarkan Jenis Kelamin, Usia dan Pekerjaan Komunitas Sirion Indonesia <i>Club</i> .....	26-27
4.2.1 Gambaran Responden Berdasarkan Jenis Kelamin, Usia dan Pekerjaan Komunitas Toyota Yaris <i>Club</i> Indonesia .....	27-28
4.2.1 Gambaran Responden Berdasarkan Jenis Kelamin, Usia dan Pekerjaan Komunitas Swift <i>Club</i> Indonesia .....	28-29
4.3 Hasil Penelitian .....	29
4.3.1 Persepsi Komunitas Merek Terhadap Kesadaran Bersama .....	29
4.3.1.1 Persepsi Komunitas Merek Terhadap Kesadaran Bersama Komunitas Sirion Indonesia <i>Club</i> .....	29-32
4.3.1.2 Persepsi Komunitas Merek Terhadap Kesadaran Bersama Komunitas Toyota Yaris <i>Club</i> Indonesia.....	32-35
4.3.1.3 Persepsi Komunitas Merek Terhadap Kesadaran Bersama Komunitas Swift <i>Club</i> Indonesia .....	35-38
4.3.2 Persepsi Komunitas Merek Terhadap Ritual dan Tradisi .....	38
4.3.2.1 Persepsi Komunitas Merek Terhadap Ritual dan Tradisi Komunitas Sirion Indonesia <i>Club</i> .....	38-41
4.3.2.2 Persepsi Komunitas Merek Terhadap Ritual dan Tradisi Komunitas Toyota Yaris <i>Club</i> Indonesia .....	41-45
4.3.2.3 Persepsi Komunitas Merek Terhadap Ritual dan Tradisi Komunitas Swift <i>Club</i> Indonesia .....	45-48
4.3.3 Persepsi Komunitas Merek Terhadap Tanggung Jawab Moral.....	48
4.3.3.1 Persepsi Komunitas Merek Terhadap Tanggung Jawab Moral Komunitas Sirion Indonesia <i>Club</i> .....	48-51

4.3.3.2 Persepsi Komunitas Merek Terhadap Tanggung Jawab Moral Komunitas Toyota Yaris Club Indonesia.....	52-55
4.3.3.3 Persepsi Komunitas Merek Terhadap Tanggung Jawab Moral Komunitas Swift Club Indonesia .....	55-58
Kesimpulan Umum .....	58-68
<b>BAB V PENUTUP</b>	
5.1 Kesimpulan .....	69-73
5.2 Saran .....	73-74
DAFTAR PUSTAKA .....	75
LAMPIRAN .....	76



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Persepsi .....	7
Gambar 2.2 Kerangka Pikir .....	13
Gambar 4.1 Atribut Komunitas Sirion Indonesia <i>Club</i> .....	21
Gambar 4.2 <i>Touring</i> ke <i>Sea Turtle</i> , Pantai Pangumbahan .....	21
Gambar 4.3 Anggota Komunitas Sirion Indonesia <i>Club</i> Semarang .....	22
Gambar 4.4 <i>Touring</i> ke Ranca Upas, Bandung .....	23
Gambar 4.5 Atribut Komunitas Toyota Yaris <i>Club</i> Indonesia .....	23
Gambar 4.6 <i>Touring</i> ke Jogja .....	24
Gambar 4.7 Baksos Ramadhan .....	25
Gambar 4.8 Atribut Komunitas Swift <i>Club</i> Indonesia .....	25



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jenis <i>City Car</i> yang Ada di Indonesia .....	1
Tabel 2.3 Definisi Operasional .....	14-15
Tabel 4.1 Gambaran Responden Berdasarkan Jenis Kelamin, Usia dan Pekerjaan Komunitas Sirion Indonesia <i>Club</i> .....	26-27
Tabel 4.2 Gambaran Responden Berdasarkan Jenis Kelamin, Usia dan Pekerjaan Komunitas Toyota Yaris <i>Club</i> Indonesia.....	27
Tabel 4.3 Gambaran Responden Berdasarkan Jenis Kelamin, Usia dan Pekerjaan Komunitas Swift <i>Club</i> Indonesia .....	28
Tabel 4.4 Persepsi Komunitas Merek Terhadap Kesadaran Bersama Komunitas Sirion Indonesia <i>Club</i> .....	29-30
Tabel 4.5 Persepsi Komunitas Merek Terhadap Kesadaran Bersama Komunitas Toyota Yaris <i>Club</i> Indonesia .....	32-33
Tabel 4.6 Persepsi Komunitas Merek Terhadap Kesadaran Bersama Komunitas Swift <i>Club</i> Indonesia .....	35-36
Tabel 4.7 Persepsi Komunitas Merek Terhadap Ritual dan Tradisi Komunitas Sirion Indonesia <i>Club</i> .....	38-40
Tabel 4.8 Persepsi Komunitas Merek Terhadap Ritual dan Tradisi Komunitas Toyota Yaris <i>Club</i> Indonesia .....	42-43
Tabel 4.9 Persepsi Komunitas Merek Terhadap Ritual dan Tradisi Komunitas Swift <i>Club</i> Indonesia .....	45-46
Tabel 4.10 Persepsi Komunitas Merek Terhadap Tanggung Jawab Moral Komunitas Sirion Indonesia <i>Club</i> .....	49-50
Tabel 4.11 Persepsi Komunitas Merek Terhadap Tanggung Jawab Moral Komunitas Toyota Yaris <i>Club</i> Indonesia .....	52-53
Tabel 4.12 Persepsi Komunitas Merek Terhadap Tanggung Jawab Moral Komunitas Swift <i>Club</i> Indonesia .....	55-56

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran Kuesioner Penelitian .....	76-78
Lampiran Daftar Pertanyaan Wawancara Komunitas Sirion Indonesia <i>Club</i> .....	79
Lampiran Daftar Pertanyaan Wawancara Komunitas Toyota Yaris <i>Club</i> Indonesia.....	80
Lampiran Daftar Pertanyaan Wawancara Komunitas Swift <i>Club</i> Indonesia .....	81
Lampiran Hasil Kuesioner:	
Data Tanggapan Responden Anggota Komunitas Sirion Indonesia <i>Club</i> Tentang <i>Brand Community</i> : Kesadaran Bersama, Ritual dan Tradisi, Tanggung Jawab Moral .....	82-91
Data Tanggapan Responden Anggota Komunitas Toyota Yaris <i>Club</i> Indonesia Tentang <i>Brand Community</i> : Kesadaran Bersama, Ritual dan Tradisi, Tanggung Jawab Moral .....	92-101
Data Tanggapan Responden Anggota Komunitas Swift <i>Club</i> Indonesia Tentang <i>Brand Community</i> : Kesadaran Bersama, Ritual dan Tradisi, Tanggung Jawab Moral .....	102-112
Lampiran Hasil Wawancara:	
Data Hasil Wawancara Responden Anggota Komunitas Sirion Indonesia <i>Club</i> .....	113-117
Data Hasil Wawancara Responden Anggota Komunitas Toyota Yaris <i>Club</i> Indonesia .....	118-121
Data Hasil Wawancara Responden Anggota Komunitas Swift <i>Club</i> Indonesia .....	122-125

## ABSTRAK

Komunitas yaitu sekumpulan orang yang saling peduli dan terjadi hubungan yang erat sesama anggota komunitas karena adanya ketertarikan hal yang sama. (Kartajaya, 2008). Komunitas merupakan cara yang efektif dan efisien untuk memperoleh pelanggan karena kekuatan/ *power* yang dimiliki oleh konsumen. Salah satu strategi untuk memperoleh konsumen salah satunya dengan membangun komunitas merek (*brand community*). Komunitas merek adalah hubungan sosial di antara pengagum merek yang terstruktur dan terikat komunitas khusus. (Muniz dan O'Guinn, 2001:412). Informasi yang terpercaya dalam komunitas merek karena bersumber dari pengalaman pemakainya. Penelitian ini akan meneliti persepsi anggota komunitas mobil tentang *brand community*: kesadaran bersama, ritual dan tradisi, tanggung jawab moral kepada beberapa komunitas mobil yang berada di kota Semarang seperti Sirion Indonesia Club (SIC), Toyota Yaris Club Indonesia (TYCI) dan Swift Club Indonesia (SCI).

Obyek dalam penelitian ini adalah anggota komunitas Sirion Indonesia Club, Toyota Yaris Club Indonesia dan Swift Club Indonesia Semarang. Populasi yang dipilih dalam penelitian ini adalah anggota komunitas Sirion Indonesia Club, Toyota Yaris Club Indonesia dan Swift Club Indonesia Semarang. Sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah sepuluh orang dari masing-masing anggota komunitas Sirion Indonesia Club, Toyota Yaris Club Indonesia dan Swift Club Indonesia Semarang. Data yang digunakan adalah data primer. Metode pengumpulan data pada penelitian ini adalah melalui kuesioner dan wawancara. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif.

Hasil dari penelitian ini adalah persepsi ketiga komunitas merek mobil yaitu Sirion Indonesia Club, Toyota Yaris Club Indonesia dan Swift Club Indonesia Semarang tentang *brand community*: kesadaran bersama, ritual dan tradisi, serta tanggung jawab moral dalam kategori tinggi.