

**ANALISIS *BRAND RESONANCE* PADA PRODUK IPHONE
DI SOLO RAYA**



SKRIPSI

Diajukan Guna Memenuhi Tugas dan Syarat-Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Manajemen
Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta

Disusun Oleh:

GABRIELIA FRISTA NANDA WIANZA

B 100180395

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
2022**

HALAMAN PERSETUJUAN

Yang bertanda tangan di bawah ini telah membaca Skripsi dengan judul:

ANALISIS *BRAND RESONANCE* PADA PRODUK IPHONE DI SOLO RAYA.

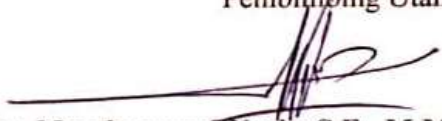
Yang ditulis dan disusun oleh:

GABRIELIA FRISTA NANDA WIANZA
B 100 180 395

Penandatanganan berpendapat bahwa Skripsi tersebut telah memenuhi syarat untuk diterima.

Surakarta, 13 Januari 2022

Pembimbing Utama


(Dr. Moechammad Nasir, S.E., M.M.)

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta

(Prof. Dr. Anton Agus Setyawan, S.E., M.Si.)

HALAMAN PENGESAHAN

ANALISIS *BRAND RESONANCE* PADA PRODUK IPHONE DI SOLO RAYA

Oleh:

GABRIELIA FRISTA NANDA WIANZA
B100180395

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta
Pada Kamis, 13 Januari 2022
dan dinyatakan telah memenuhi syarat

Dewan Penguji:

1. Dr. Moechammad Nasir, S.E., M.M. (.....) (Ketua Dewan Penguji)
2. Sri Murwanti, S.E., M.M. (.....) (Anggota I Dewan Penguji)
3. Imronudin, S.E., M.Si., Ph.D. (.....) (Anggota II Dewan Penguji)

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta



(Prof. Dr. Anton Agus Setvawan, S.E., M.Si.)

NIK/NIDN: 829/0616087401

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jl. A. Yani Tromol Pos 1 Pabelan Kartasuto Telp. (0271) 717417 Surakarta 57102

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : GABRIELIA FRISTA NANDA WIANZA

NIM : B100180395

Jurusan : MANAJEMEN

Judul Skripsi : **ANALISIS BRAND RESONANCE PADA PRODUK
IPHONE DI SOLO RAYA**

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya buat dan serahkan ini merupakan hasil karya saya sendiri, kecuali kutipan-kutipan dan ringkasan-ringkasan yang semuanya yang telah saya jelaskan sumbernya. Apabila dikemudian hari terbukti dan atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi apapun dari Fakultas Ekonomi dan

Bisnis dan atau gelar dan ijazah yang diberikan oleh Universitas Muhammadiyah Surakarta batal saya terima.

Surakarta, 13 Januari 2022
Yang membuat pernyataan



(GABRIELIA FRISTA NANDA WIANZA)

MOTTO

“Dan bersabarlah. Sesungguhnya Allah beserta orang-orang yang sabar”
(QS. Al-Anfaal:46)

“If you live according to what other think, you will never be rich”
(Lucius Annaeus Seneca)

“Kamu tidak bisa dihina orang lain, kecuali dirimu sendiri yang pertama-tama menghina dirimu sendiri”
(Epictetus)

“Belajar menerima hal-hal yang tidak ada dibawah kendali kita bisa membantu kita mengatasi stres”
(Filosofi Teras:120).

“Waktu adalah harga yang terus menerus berkurang, jangan dihabiskan kepada orang-orang yang tidak membuat hidup kita lebih baik”
(Filosofi Teras:187)

“Jagalah senantiasa persepsimu, karena ia bukan hal yang sepele, tetapi merupakan kehormatan, kepercayaan, ketekunan, kedamaian, kebebasan dari kesakitan dan ketakutan dengan kata lain kemerdekaanmu”
(Epictetus).

“Jadikan kritikan orang lain sebagai bahan bakar untuk memacu semangatmu agar lebih membara”
(Penulis)

PERSEMBAHAN

Dengan rasa syukur atas nikmat dan karunia Allah SWT karena telah memberikan kemudahan serta kelancaran dalam proses penyusunan skripsi ini dan telah memberikan kesempatan untuk dikelilingi oleh orang-orang luar biasa, maka saya persembahkan karya sederhana ini dengan penuh rasa cinta dan kasih untuk:

1. Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya sehingga proses penyusunan skripsi ini dapat terselesaikan.
2. Orang tua penulis Bapak Witono dan Ibu Andriana serta keluarga yang selalu memberikan doa dan dukungan baik secara moril maupun materil demi kelancaran kegiatan pendidikan.
3. Dr. Moehammad Nasir, S.E., M.M. selaku Dosen pembimbing yang telah memberikan arahan, bimbingan, serta saran dalam proses penyusunan skripsi ini.
4. Sri Murwanti, S.E., M.M. dan Dosen Penguji Pengganti yang telah meluangkan waktu untuk menguji serta memerikan masukan bagi penulis.
5. Dr. Jati Waskito, S.E., M.Si. selaku pembimbing akademik.
6. Teman-teman yang telah memberikan semangat dan dukungan dalam proses penyusunan skripsi ini.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan membahas pengaruh *behavioral loyalty*, *attitudinal attachment*, *sense of community*, dan *active engagement* terhadap *brand resonance* pada produk Iphone di Solo Raya. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang menggunakan Iphone di Solo Raya dengan sampel 200 responden. Teknik pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan Smart PLS versi 3.0. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* dan teknik pengujian data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi *outer model* yang terdiri dari *convergent validity*, *discriminant validity*, *composite reliability*, *cronbach's alpha* dan uji multikolinearitas serta *inner model* yang terdiri dari *coefficient determination*, *goodness of fit*, uji *effect size* (f^2), dan uji hipotesis. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa 1) *behavioral loyalty* tidak berpengaruh signifikan terhadap *brand resonance*. 2) *attitudinal attachment* berpengaruh signifikan terhadap *brand resonance* 3) *sense of community* tidak berpengaruh signifikan terhadap *brand resonance* 4) *active engagement* berpengaruh signifikan terhadap *brand resonance*.

Kata kunci: *behavioral loyalty*, *attitudinal attachment*, *sense of community*, *active engagement*, *brand resonance*.

ABSTRACT

This study aims to analyze and discuss the effect of behavioral loyalty, attitudinal attachment, sense of community, and active engagement on brand resonance to iPhone products in Solo Raya. The population in this study are all consumers who use iPhone in Solo Raya of 200 respondents. Data collection techniques through the distribution of questionnaires. Data analysis in this study used Smart PLS versions 3.0. the sampling technique in this study uses purposive sampling and data testing techniques used in this study include the outer model consisting of convergent validity, discriminant validity, composite reliability, cronbach's alpha and multicollinearity test as well as the inner model consisting of coefficient determination, goodness of fit, effect size test (f^2) and hypothesis testing. The results of this study indicate that 1) behavioral loyalty has no significant effect on brand resonance. 2) attitudinal attachment has a significant effect on brand resonance. 3) sense of community has no significant effect on brand resonance. 4) active engagement has a significant effect on brand resonance.

Keywords: behavioral loyalty, attitudinal attachment, sense of community, active engagement, brand resonance.

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum wr.wb.

Puji syukur kita panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya kepada kita semua sehingga pada hari ini kita masih diberikan kesempatan dan kesehatan yang tak ternilai harganya. Tidak lupa kita haturkan shalawat serta salam kepada junjungan nabi besar kita, Nabi Muhammad SAW yang telah memberikan cahaya terang kepada kita semua sejak zaman jahiliyah hingga saat ini. *Alhamdulillah* penulis haturkan karena telah menyelesaikan tugas akhir atau skripsi yang berjudul “**ANALISIS BRAND RESONANCE PADA PRODUK IPHONE DI SOLO RAYA**”.

Skripsi ini disusun untuk melengkapi syarat akademik guna memperoleh gelar Sarjana Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammdiyah Surakarta. Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak akan terwujud tanpa bimbingan, arahan, dan bantuan dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terimakasih kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya sehingga proses penyusunan skripsi ini dapat terselesaikan.
2. Orang tua penulis Bapak Witono dan Ibu Andriana serta keluarga yang selalu memberikan doa dan dukungan baik secara moril maupun materil demi kelancaran kegiatan pendidikan.
3. Prof. Dr. H. Sofyan Anif, M. Si., selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Surakarta.
4. Prof. Dr. Anton Agus Setyawan, S.E., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
5. Dr. Rini Kuswati, S.E., M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.

-
6. Dr. Moechammad Nasir, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan arahan, bimbingan, serta saran dalam proses penyusunan skripsi ini.
 7. Sri Murwanti, S.E., M.M. dan Dosen Penguji Pengganti yang telah meluangkan waktu untuk menguji serta memberikan masukan bagi penulis.
 8. Dr. Jati Waskito, S.E., M.Si. selaku pembimbing akademik.
 9. Teman-teman yang telah memberikan semangat dan dukungan dalam proses penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan baik dari penulisan maupun penyajian. Oleh karena itu segala kritik dan saran yang membangun sangat dibutuhkan untuk penyempurnaan skripsi ini khususnya bagi peneliti selanjutnya. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan dan menjadi awal kesuksesan penulis dimasa depan. Amin.

Wassalamualaikum wr. Wb.

Surakarta, 13 Januari 2022



Gabrielia Frista Nanda Wianza

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Manfaat Penelitian	6
E. Sistematika Penulisan.....	6
BAB TINJAUAN PUSTAKA	
A. Landasan Teori.....	8
B. Penelitian Terdahulu	13
C. Pengembangan Hipotesis	14
D. Kerangka Pemikiran.....	16
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
A. Jenis Penelitian.....	18
B. Definisi Operasional Variabel.....	18
C. Data dan Sumber Data.....	21
D. Populasi dan Sampel	21
E. Metode Pengumpulan data	22
F. Metode Analisis Data	23
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	
A. Deskripsi Profil Responden	29
B. Analisis Data	32
C. Pembahasan.....	43
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	45
B. Keterbatasan Penelitian	46
C. Saran.....	46
DAFTAR PUSTAKA	47
LAMPIRAN.....	50

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden	29
Tabel 4.2 Usia Responden	30
Tabel 4.3 Domisili Responden.....	30
Tabel 4.4 Pekerjaan Responden	31
Tabel 4.5 Pendapatan/Uang Saku per bulan Responden	31
Tabel 4.6 <i>Outer Loading</i>	33
Tabel 4.7 <i>Outer Loading</i> Model Akhir	34
Tabel 4.8 Average Variance Extracted (AVE)	35
Tabel 4.9 <i>Composite Reliability</i>	35
Tabel 4.10 <i>Cronbach's Alpha</i>	36
Tabel 4.11 Collinerity Statistic (VIF).....	36
Tabel 4.12 Analisis R-Square.....	38
Tabel 4.13 Analisis Q-Square.....	39
Tabel 4.14 Analisis F^2	39
Tabel 4.15 Analisis <i>t-test</i>	40
Tabel 4.16 <i>Path Coefficient</i>	41

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Tingkat Penetrasi Internet di kawasan ASEAN Mei 2020	1
Gambar 1.2	10 Negara Pengguna <i>Smartphone</i> Terbanyak 2020.....	2
Gambar 2.1	Piramida Resonansi Merek	9
Gambar 2.2	Kerangka Pemikiran.....	16
Gambar 3.1	<i>Path Coefficient</i>	28
Gambar 4.1	<i>Outer Model</i> Pertama	32
Gambar 4.2	<i>Outer Model</i> Akhir.....	34
Gambar 4.3	<i>Inner Model</i>	37

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Kuesioner Penelitian	50
Lampiran 2: Data Responden.....	54
Lampiran 3: Karakteristik Responden	69
Lampiran 4: Hasil Uji Instrumen Data.....	71