

**TUGAS AKHIR**

**PENGARUH KAPITAL SOSIAL TERHADAP PERUSAHAAN  
PERDAGANGAN  
KOMITMEN SUATU *BRAND* DI BATAM  
(Studi pada Pengguna *Smartphone* di Batam)**



Diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan  
pendidikan program sarjana

Disusun oleh:

Susiana

2017121015

Pembimbing:

Ibnu Harris S.Kom., M.M.

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS BISNIS  
UNIVERSITAS UNIVERSAL  
2021**

**LEMBAR PENGESAHAN**

**PENGARUH KAPITAL SOSIAL TERHADAP PERUSAHAAN**  
**PERDAGANGAN**  
**KOMITMEN SUATU *BRAND* DI BATAM**  
**(Studi pada Pengguna *Smartphone* di Batam)**

Disusun oleh:

Susiana

2017121015

Pembimbing:



Ibnu Harris S.Kom., M.M.

Tanggal: 7 Juni 2021

Batam, 7 Juni 2021

Program Studi Manajemen

Fakultas Bisnis

Universitas Universal

Koordinator Program Studi



Ibnu Harris S.Kom., M.M.

NIDN 1028077601

## SURAT PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Susiana

NIM : 2017121015

Program Studi: Manajemen

Judul TA :Pengaruh Kapital Sosial Terhadap Perusahaan Perdagangan Komitmen Suatu *Brand* Di Batam (studi pada pengguna *smartphone* di Batam).

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa tugas akhir yang saya tulis ini adalah benar-benar karya saya sendiri, bukan hasil jiplakan (plagiat), belum pernah diterbitkan atau dipublikasikan dimanapun atau dalam bentuk apapun, serta belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi.

Atas pernyataan ini, saya siap menerima sanksi apabila di kemudian hari ditemukan pelanggaran terhadap tugas akhir saya ini. Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Batam, 7 Juni 2021

Yang membuat pernyataan



Susiana

2017121015

## PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena berkat rahmat dan karunia Tuhan penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir dengan judul **“Pengaruh Kapital Sosial Terhadap Perusahaan Perdagangan Komitmen Suatu *Brand* di Batam (Studi Pada Pengguna *Smartphone* di Batam)”**. Tugas akhir ini merupakan syarat untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Universal Batam. Peneliti menyadari, bahwa penulisan tidak akan terwujud tanpa adanya dukungan dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu baik secara langsung maupun tidak langsung hingga terselesainya Tugas Akhir ini.

Selama penelitian dan penulisan Tugas Akhir ini banyak sekali hambatan yang penulis alami, namun berkat bantuan, dorongan serta bimbingan dari berbagai pihak, akhirnya Tugas Akhir ini dapat terselesaikan dengan baik. Penulis berharap semoga Tugas Akhir ini ada manfaatnya bagi penulis dan juga bagi pembaca dan dapat menambah pengetahuan. Penulis juga menyampaikan ucapan banyak terima kasih kepada pihak-pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu, yang telah memberikan bantuan hingga penulis bisa menyelesaikan Tugas Akhir ini.

Penulis beranggapan bahwa Tugas Akhir ini merupakan karya terbaik yang dapat penulis persembahkan. Tetapi penulis menyadari bahwa tidak tertutup kemungkinan didalamnya terdapat kekurangan-kekurangan. Oleh karena itu kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan. Akhir kata, semoga Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi penulis khususnya dan bagi para pembaca pada umumnya.

Batam, 21 Desember 2020

Penulis



Susiana

## DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN .....	i
LEMBAR PENGESAHAN .....	ii
ABSTRAK .....	iii
<i>ABSTRACT</i> .....	iv
PRAKATA .....	v
DAFTAR ISI .....	vi
DAFTAR GAMBAR .....	ix
DAFTAR TABEL .....	x
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	7
1.3 Tujuan Penelitian .....	7
1.4 Manfaat Penelitian .....	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA .....	9
2.1 Tinjauan Hasil Penelitian Terdahulu .....	9
2.2 Tinjauan Teori .....	11
2.2.1 <i>Interaction</i> (Interaksi) .....	11
2.2.2 <i>Trust</i> ( Kepercayaan ) .....	12
2.2.3 <i>Brand Commitment</i> .....	13
2.3 Kerangka Konseptual .....	14
2.4 Hipotesis Penelitian tentang Hubungan antar Variabel .....	14
2.5 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel Penelitian .....	15
2.5.1 <i>Interaction</i> (Interaksi) .....	16
2.5.2 <i>Trust</i> (Kepercayaan) .....	17
2.5.3 <i>Brand Commitment</i> .....	18
BAB III KAJIAN TEORI .....	20
3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian .....	20
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian .....	20
3.3 Populasi dan Sampel .....	20
3.4 Metode Pengumpulan Data .....	21
3.4.1 Kuesioner .....	21

3.4.2	Studi Kepustakaan ( <i>Library Research</i> ).....	21
3.5	Pengujian Instrumen.....	21
3.5.1	Uji Validitas .....	22
3.5.2	Uji Realibilitas .....	22
3.6	Metode Analisis Data .....	22
3.6.1	Analisis Statistik Deskriptif .....	23
3.6.2	Analisis Statistik Inferensial .....	23
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....		26
4.1.1	Gambaran Umum Objek Penelitian dan Karakteristik Responden ....	26
4.1.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	26
4.1.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	27
4.1.3	Karakteristik Responden Berdasarkan <i>Brand Smartphone</i> Yang Digunakan.....	27
4.1.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Penggunaan <i>Smartphone</i> .....	28
4.2	Deskripsi Variabel Penelitian.....	28
4.2.1	Deskripsi Variabel <i>Interaction</i> (Interaksi).....	29
4.2.2	Deskripsi Variabel <i>Trust</i> (Kepercayaan).....	31
4.2.3	Deskripsi Variabel <i>Brand Commitment</i> (Komitmen <i>Brand</i> ) .....	31
4.3.1	Pengujian Instrumen .....	33
4.3.1.	Hasil Uji Validitas.....	34
4.3.1.1	Hasil Uji Validitas Konvergen (Convergent Validity).....	34
4.3.1.2	Hasil Uji Validitas Diskriminan.....	35
4.3.2	Hasil Uji Reliabilitas.....	36
4.3.2.1	Hasil Uji Heterotrait-Monotrait (HTMT).....	36
4.3.2.2	Hasil Uji Fornell-Larcker .....	37
4.4	Analisis Inferensial.....	37
4.4.1	Hasil Uji Kolinearitas.....	37
4.4.2	Hasil Uji Koefisien Determinasi <i>R-Square</i> ( $R^2$ ) .....	38
4.5	Hasil Pengujian Hipotesis .....	39
4.6	Pembahasan Hasil Penelitian.....	40

4.6.1	Interaksi Mempengaruhi Komitmen <i>Brand</i> Pada Penggunaan <i>Smartphone</i> di Batam.....	40
4.6.	Kepercayaan Mempengaruhi Komitmen <i>Brand</i> Pada Penggunaan <i>Smartphone</i> di Batam.....	41
4.7	Implikasi Penelitian .....	42
4.7.1	Implikasi Teoritis .....	42
4.7.2	Implikasi Praktis .....	43
4.8	Keterbatasan Penelitian .....	43
4.9	Profil Variabel Penelitian.....	43
4.9.1	Profil Variabel Interaksi.....	43
4.9.2	Profil Variabel Kepercayaan .....	45
4.9.3	Profil Variabel Komitmen <i>Brand</i> .....	45
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		48
5.2	Saran.....	48
DAFTAR PUSTAKA .....		49
LAMPIRAN.....		56
	Lampiran 1. Kuesioner .....	56
	Lampiran 2. Uji Validitas Konvergen .....	59
	Lampiran 3. Uji Validitas Diskriminan .....	59
	Lampiran 4. Uji HTMT .....	59
	Lampiran 5. Uji Validitas Diskriminan – <i>Fornell-Larcker</i> .....	60
	Lampiran 6. Uji Reliabilitas .....	60
	Lampiran 7. Uji Kolinearitas (VIF).....	61
	Lampiran 8. Uji <i>R-Square</i> .....	61
	Lampiran 9. Uji Hipotesis ( <i>Path Coefficient</i> ).....	62
	Lampiran 10. Mean dan Std. Deviation .....	62
	Lampiran 11. Hasil Kuesioner Pada Variabel Interaksi .....	63
	Lampiran 12. Hasil Kuesioner Pada Variabel Kepercayaan .....	66
	Lampiran 13. Hasil Kuesioner Pada Variabel Komitmen <i>Brand</i> .....	69
	Lampiran 13. Hasil Kuesioner Berdasarkan Kriteria Lainnya .....	73

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Indonesia mencatat pertumbuhan ekonomi 5,17% selama 2018 .....	1
Gambar 2 Pertumbuhan pemakaian <i>Smartphone di Indonesia</i> .....	6
Gambar 3 Kerangka Konseptual .....	14
Gambar 4 Model Penelitian .....	15
Gambar 5 Model Penelitian .....	33
Gambar 6 Model Pengujian Instrumen dan Analisis Inferensial .....	39



## DAFTAR TABEL

Table 1 Jumlah proyeksi penduduk dari tahun 2018-2020 .....	1
Table 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	27
Table 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	27
Table 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Brand Smartphone Yang Digunakan .....	28
Table 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Penggunaan Smartphone ..	28
Table 6 Kelas Interval Variabel .....	29
Table 7 Deskripsi Indikator Interaksi.....	30
Table 8 Deskripsi Indikator Kepercayaan.....	31
Table 9 Deskripsi Indikator Komitmen Brand.....	32
Table 10 Tabel Hasil Uji Validitas Konvergen.....	34
Table 11 Tabel Hasil Uji Validitas Diskriminan.....	35
Table 12 Hasil Uji Realibel.....	36
Table 13 Hasil Uji HTMT.....	37
Table 14 Hasil Uji Fornell-Larcker.....	37
Table 15 Hasil Uji Kolinearitas.....	38
Table 16 Hasil Uji Koefisien Determinasi .....	38
Table 17 Hasil Pengujian Hipotesis .....	39
Table 18 Profil Variabel Interaksi.....	44
Table 19 Profil Variabel Interaksi.....	45
Table 20 Profil Variabel Indikator Kepercayaan .....	46