

ABSTRAK

Industri pengolahan tembakau di Indonesia memiliki segmen pasar yang cukup besar dan memberikan kontribusi bagi pemasukan negara melalui cukai dan juga mampu menyerap banyak tenaga kerja dari sektor industri tembakau. Namun, perusahaan perlu menjalankan bisnisnya sesuai dengan regulasi pemerintah yang berlaku. Produk Iqos diciptakan oleh PT Phillip Morris International untuk bisa memberikan alternatif pengganti yang lebih rendah risiko bagi perokok dewasa dibandingkan terus merokok karena perusahaan mempunyai visi masa depan bebas asap. Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh komunitas merek dalam penggunaan produk Iqos di kalangan komunitas perokok dewasa. Variabel yang digunakan adalah kepercayaan komunitas merek, afeksi komunitas merek, komitmen komunitas merek, niat melakukan pembelian kembali, *gethok tular* merek, dan keluhan konsumen yang membangun. Pengumpulan data dalam penelitian ini, penulis menggunakan kuesioner yang disebarakan secara daring dan didapatkan 100 responden yang sudah tergabung dalam komunitas Iqos. Analisis yang dilakukan pada penelitian ini menggunakan aplikasi SmartPLS. Hasil penelitian didapatkan bahwa kepercayaan komunitas dan afeksi komunitas berpengaruh signifikan pada komitmen komunitas merek. Kemudian komitmen komunitas merek berpengaruh signifikan pada niat melakukan pembelian kembali produk Iqos, Promosi antar konsumen dari mulut ke mulut terkait produk Iqos, dan keluhan konsumen yang membangun untuk perkembangan produk Iqos. Dalam penelitian ini disarankan agar perusahaan bisa menjaga hubungan yang baik dengan komunitas Iqos, perlu dilakukan pendekatan yang lebih mendalam untuk membangun komitmen dalam komunitas. Berawal dari komunitas-komunitas kecil akan menjadi suatu komunitas yang besar yang bisa membantu perusahaan dalam mencapai visi masa depan bebas asap.

Kata kunci: Iqos, Komunitas Merek, Kepercayaan komunitas Merek, Afeksi Komunitas Merek, Komitmen Komunitas Merek, Niat Pembelian Kembali, *Gethok Tular* Merek, Keluhan Yang Membangun

ABSTRACT

The tobacco processing industry in Indonesia has a large market segment and contributes to state revenues through tax and is also able to absorb a large number of workers from the tobacco industry sector. However, companies need to run their business in accordance with applicable government regulations. Iqos products were created by Phillip Morris International to make a lower risk alternative for adult smokers compared to continuing to smoke, because the company envisions a smoke-free future. This study aims to analyze the affect of the brand community on the use of Iqos products among the adult smoking community. The variables used are brand community trust, affect, commitment, repurchase intention, word of mouth, and constructive complaints. In this study, the authors used a questionnaire that was distributed online and obtained 100 respondents who were members of the Iqos community. The analysis carried out in this study uses the SmartPLS application. The results of the research show that community trust and community affect have significant effect on community commitment. Then brand community commitment have significant effect on the intention to repurchase Iqos products, word-of-mouth promotion of Iqos products, and constructive complaints regarding Iqos products. In this study, Authors suggested that company should maintain good relations with the Iqos community, a deeper approach is needed to build commitment in the community. Starting from small communities, it will become a large community that can help the company achieve its vision of a smoke-free future.

Keywords: Tobacco Industry, Iqos, Brand Community, Brand Community Trust, Brand Community Affect, Brand Community Commitment, Repurchase Intention of Brand, Word of Mouth , Constructive Complaints