

## INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji Klub Prolanis sebagai komunitas merek yang diinisiasi oleh BPJS Kesehatan, dengan mengukur persepsi hubungan didalam suatu kelompok, yaitu kepuasan, kepercayaan, sikap, komitmen dari anggota terhadap Klub Prolanis yang dapat memberi pengaruh dalam membangun loyalitas peserta Program JKN. Elemen yang menjadi ukuran loyalitas adalah niat untuk memenuhi kewajiban iuran JKN secara rutin, getok tular positif, dan penyampaian keluhan yang membangun. Penelitian ini menggunakan metode survei dengan menggunakan kuesioner. Pengambilan data dilakukan di Klub Prolanis yang dikelola oleh Fasilitas Kesehatan Tingkat Pertama (FKTP) di wilayah BPJS Kesehatan Cabang Jakarta Timur. Metode yang digunakan untuk pengambilan sampel adalah *purposive sampling*. Kuesioner menggunakan skala likert lima poin dan data diolah dengan aplikasi SmartPLS versi 2.0.

Hasil penelitian menunjukkan pengaruh positif yang signifikan: kepuasan anggota terhadap Klub Prolanis pada kepercayaan anggota terhadap Klub Prolanis, kepercayaan anggota terhadap Klub Prolanis pada komitmen anggota terhadap Klub Prolanis, sikap anggota terhadap Klub Prolanis pada komitmen anggota terhadap Klub Prolanis, komitmen anggota terhadap Klub Prolanis pada loyalitas terhadap Program JKN (niat untuk memenuhi kewajiban iuran JKN secara rutin, getok tular positif, dan penyampaian keluhan yang membangun). Pengaruh positif dan signifikan disimpulkan berdasarkan *t-value* >1,96, *p-value* < 0,01, dan *path coefficient* yang bertanda positif.

**Kata Kunci** : Komunitas merek, loyalitas merek, komitmen terhadap komunitas merek, kepercayaan terhadap komunitas merek, sikap terhadap komunitas merek

## ABSTRACT

*The purpose of this study is to examine Prolanis Club as a brand community initiated by BPJS Kesehatan, by measuring the perception of relationships within a group, there are satisfaction, trust, affect, and commitment of members toward Prolanis Club that could give effect in building loyalty of JKN Program. Elements that are the dimensions of loyalty are the intention to pay dues routinely, positive word-of-mouth, and constructive complaint. This research uses survey method by using questionnaire. Data collection was conducted at Prolanis Club managed by Primary Health Facility in East Jakarta BPJS Kesehatan Branch Office area. The method used for sampling is purposive sampling. The questionnaire uses the five-point likert scale and the data is processed with the SmartPLS version 2.0.*

*The results showed a significant positive effect: satisfaction of members toward Prolanis Club on trust of members toward Prolanis Club, trust of members toward Prolanis Club on commitment of members toward Prolanis Club, affect of members toward Prolanis Club on commitment of members toward Prolanis Club, commitment of members toward Prolanis Club on loyalty of JKN Program (the intention to pay dues routinely, positive word-of-mouth, and constructive complaint). Positive and significant influences are based on  $t\text{-value} > 1,96$ ,  $p\text{-value} < 0.01$ , and positive path coefficient.*

**Keywords:** *Brand community, Brand loyalty, Brand community commitment, Brand community trust, Brand community affect*