



ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh kepercayaan dan kesenangan (*affect*) pada komunitas merek dan menginvestigasi mekanisme bagaimana komitmen komunitas merek dapat meningkatkan berbagai perilaku loyalitas (niat membeli kembali merek, *word-of-mouth* yang positif, dan keluhan yang membangun).

Penelitian ini dikhususkan untuk meneliti anggota komunitas merek mobil Nissan March Indonesia (March-I). Total 122 anggota komunitas merek Nissan March Indonesia (March-I) dijadikan sampel dalam menguji hipotesis dan alat analisis yang digunakan adalah analisis regresi tunggal dan berganda.

Hasil dari analisis ini diidentifikasi adanya pengaruh positif; kepercayaan komunitas merek pada komitmen anggota komunitas merek, kesenangan (*affect*) komunitas merek pada komitmen komunitas merek, komitmen komunitas merek pada niat membeli kembali, komitmen komunitas merek pada *word-of-mouth* yang positif, dan komitmen anggota komunitas merek pada keluhan yang membangun.

Kata kunci: Komunitas merek, Loyalitas merek, Manajemen merek



ABSTRACT

The purpose of this paper is to analyze the effect of trust and affect toward a brand community on the commitment of brand communities and investigate the mechanism through which the commitment of a brand community is able to increase various loyalty behaviors (e.g. repurchase intentions, positive word-of-mouth, and constructive complaints).

In order to test the hypotheses, a total of 122 brand community members of Nissan March Indonesia (March-I) were sampled and analyzed using linear regression and multiple linear regression analysis.

The results identified the significant positive paths; brand community trust to brand community commitment; brand community affect to brand community commitment; and brand community commitment to brand loyalty behaviors. In addition brand community commitment was found to play a mediating role in the relationships between brand community trust/affect and brand loyalty.

Keywords: Brand community, Brand loyalty, Brand management