

ABSTRAK

Penelitian dilakukan pada perusahaan Hobbies Shop Bandung, sebuah toko Hobby yang berlokasi di kota Bandung. Dengan adanya fenomena dimana bisnis hobby mengalami peningkatan drastis dibanding tahun-tahun sebelumnya, peneliti ingin mengetahui seberapa besar pengaruh strategi *Community Marketing* yang dijalankan oleh perusahaan Hobbies Shop Bandung dalam mempengaruhi loyalitas pelanggannya.

Penelitian yang mengenai *Community Marketing* yang dijalankan oleh Hobbies Shop Bandung terhadap loyalitas pelanggannya, dilakukan dengan mempertimbangkan apakah *community marketing* yang dilakukan sudah sesuai atau belum dan sebesar apa tingkat loyalitas pelanggan melalui teori-teori *Community Marketing* dan juga teori tentang komunitas sebagai dasarnya.

Metode penelitian yang dilakukan adalah penelitian deskriptif. Pengumpulan data dilakukan dengan metode *non-probability, convenience sampling*. Jumlah populasi dalam penelitian kali ini adalah sebanyak 120 orang anggota komunitas Hobbies Shop Bandung, dan didapatkan jumlah sampel sebanyak 92 orang. Dalam penelitian ini, peneliti akan menggunakan analisis regresi linier sederhana.

Dari hasil penelitian yang dilakukan, disimpulkan bahwa nilai loyalitas pelanggan Hobbies Shop Bandung memiliki nilai persentase rata-rata sebesar 80% dan termasuk ke dalam kriteria baik. Sedangkan nilai *Community Marketing* memiliki nilai persentase rata-rata sebesar 80% dan termasuk kriteria baik. Hasil penelitian dengan rumus regresi mendapatkan nilai $Y=9.116+0.215X$, yang menunjukkan bahwa setiap peningkatan *Community Marketing* akan meningkatkan loyalitas pelanggan sebesar 0,215% untuk setiap kenaikan 1% dalam *Community Marketing*. Tanpa adanya *Community Marketing*, maka loyalitas pelanggan bernilai 9,116. Selain itu, nilai R Square (R^2) bernilai sebesar 0,169, artinya persentase sumbangan pengaruh variabel *Community Marketing* terhadap loyalitas mereka adalah sebesar 16.9%, sedangkan sisanya 83,1% dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya.

Kata Kunci: *Community Marketing*, Loyalitas pelanggan, Hobbies Shop Bandung