

ABSTRAK

Komunitas Chevy Spin Indonesia (CSI) adalah komunitas pemakai atau penggemar Chevrolet Spin yang berada di Indonesia. Kabar tutupnya pabrik yang merakit Chevrolet Spin di Indonesia memberikan dampak negatif pada Chevrolet Spin. Penelitian ini dilakukan untuk melihat pengaruh Komunitas CSI sebagai komunitas merek terhadap loyalitas merek Chevrolet Spin dikaitkan dengan fenomena tutupnya pabrik yang merakit Chevrolet Spin di Indonesia.

Teori yang menjadi dasar penelitian ini adalah kesenangan dan kepercayaan komunitas merek terhadap komitmen komunitas merek yang menjadi dasar untuk mengembangkan loyalitas merek yang terdiri dari niat pembelian kembali pada merek, getok tular pada merek dan pemberian keluhan membangun pada merek. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan teknik pengumpulan data melalui kuesioner *online* dengan responden sebanyak 330 yang merupakan anggota dari Komunitas CSI dan studi pustaka. Teknik analisis data hipotesis menggunakan PLS dengan alat SmartPLS 2.

Hasil penelitian ini menggambarkan karakteristik responden yang sangat didominasi oleh jenis kelamin pria, mayoritas berusia 35-44 Tahun, mayoritas berpendidikan terakhir S1, didominasi dengan pekerjaan sebagai pegawai negeri atau swasta, memiliki rata-rata pendapatan per bulan sebesar > Rp. 5.000.000, rata-rata responden mengetahui komunitas berawal dari internet, rata-rata anggota telah bergabung selama 7-12 bulan, mayoritas anggota juga tidak mengikuti komunitas selain CSI, alasan mereka bergabung karena Komunitas CSI banyak memberikan manfaat dan jawaban mengenai permasalahan penelitian yaitu tentang pengaruh komunitas merek. Dalam PLS, analisis data dilakukan dengan *outer model* dan *inner model*. Hasil penelitian ini juga melihat peran komitmen komunitas merek sebagai variabel intervening secara parsial.

Kesimpulan pada penelitian ini menunjukkan bahwa kesenangan dan kepercayaan komunitas merek berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap komitmen komunitas merek pada Komunitas CSI dan komitmen komunitas merek berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap loyalitas merek pada Chevrolet Spin (niat pembelian kembali pada merek, getok tular pada merek dan pemberian keluhan membangun pada merek). variabel getok tular pada merek merupakan variabel yang memiliki nilai signifikan tertinggi. Selain itu penelitian ini juga membuktikan peran komitmen komunitas merek sebagai variabel intervening secara parsial.

Kata Kunci: Komunitas merek, komitmen komunitas merek dan loyalitas merek