

ABSTRAK

Penelitian ini membahas tentang bagaimana pengaruh Brand Community pada Vespa Piaggio Brand Image di Bandung. Penelitian ini menggunakan metode berbagai macam uji variabel agar mendapatkan hasil yang akurat. Tujuan dari penelitian ini adalah mengukur dan menjawab pertanyaan yang terdapat didalam penelitian ini. Hasil dari penelitian ini akan dijabarkan secara terperinci berdasarkan hasil uji Normalitas, Uji Heteroskedastisitas, Uji Linear, Uji Regresi Sederhana, Uji Hipotesis dan Uji Koefisien Determinasi. Pada bagian hasil akan dijelaskan secara deskriptif naratif agar memudahkan bagi para pembaca. Berdasarkan hasil regresi linear dengan nilai 0.335 pada variabel brand community, brand image terpengaruh pada setiap kenaikan 1%, jadi dapat dikatakan bahwa adanya pengaruh yang cukup erat antara brand community pada Vespa Piaggio Brand Image di Bandung.

Kata kunci: Komunitas Merek, Citra Merek, Vespa Piaggio, Fenomena, Proposal Penelitian, Metodologi Penelitian, Hasil Penelitian