

**THE EFFECT OF BRAND COMMUNITY AND BRAND EQUITY ON
CONSUMER LOYALTY
(STUDY ON CONSUMERS OF NEW ERA PRODUCTS IN LAMONGAN)**

FETY APRILIA

NIM. 041910035

ABSTRACT

New Era is a company engaged in the production of sandals or shoes, and has many subsidiary companies in various regions. Sandals and shoes products owned by New Era are widely known by the public to have good product quality values, so that there is a community of users of New Era products. Consumers who are members of a brand community are more able to interact with each other to solve existing problems related to the brand they use. So that a sense of loyalty to a brand can be maintained from the existence of the brand community, in this case the community of New Era product lovers in Lamongan.

In this study, researchers are interested in conducting research on brand communities and brand equity by taking the research object, namely the new era brand product lover community in Lamongan. The reason why the researcher chose this object is because New Era products are sandals and shoes that have been around for a long time, and are in great demand for both teenagers and the elderly, so that it creates consumer loyalty. The aim of this research is to know the effect of brand community and brand equity on customer loyalty. The method used in this study is to test multiple linear regression analysis using a research instrument, namely a questionnaire with a sample used is 53 respondents.

The results of the study state that partially the brand community variable has a significant effect on customer loyalty, partially the Brand Equity variable has a significant effect on customer loyalty. Taken together the variables brand community and brand equity together have an influence on consumer loyalty. While the variable that has the most dominant value influencing consumer loyalty is the brand community variable.

Keywords: Brand community, Brand Equity, Customer Loyalty

PENGARUH KOMUNITAS MEREK DAN EKUITAS MEREK TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN

(STUDI PADA KONSUMEN PRODUK NEW ERA DI LAMONGAN)

FETY APRILIA

NIM. 041910035

RINGKASAN

New Era merupakan sebuah perusahaan yang bergerak pada bidang memproduksi sandal atau sepatu, dan memiliki banyak anak perusahaan di berbagai daerah. Produk sandal dan sepatu yang dimiliki oleh new era dikenal masyarakat luas memiliki nilai kualitas produk yang baik, sehingga ada komunitas pemakai produk new era. Konsumen yang tergabung dalam suatu komunitas merek ini lebih bisa berinteraksi satu sama lain untuk menyelesaikan permasalahan yang ada berkaitan dengan merek yang dipakainya. Sehingga rasa loyal terhadap suatu merek dapat dipertahankan dari adanya komunitas merek tersebut, dalam hal ini adalah komunitas pecinta produk New Era di Lamongan.

Pada penelitian ini, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang komunitas merek dan ekuitas merek dengan mengambil objek penelitian yaitu komunitas pecinta produk merek new era yang ada di Lamongan. Alasan kenapa peneliti mengambil objek ini adalah karena produk New Era merupakan produk sandal dan sepatu yang ada sejak lama, dan banyak sekali diminati baik bagi remaja atau usia tua sehingga menimbulkan loyalitas konsumen. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh Komunitas merek dan Ekuitas merek terhadap Loyalitas pelanggan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan melakukan uji analisa regresi linier berganda dengan menggunakan instrument penelitian yaitu kuisioner dengan sample yang digunakan adalah 53 responden

Hasil penelitian menyatakan bahwa secara parsial variabel Komunitas merek berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas pelanggan, secara parsial variabel Brand Equity berpengaruh signifikan Terhadap Loyalitas pelanggan. Secara bersama-sama variabel Komunitas merek dan Ekuitas merek secara bersama-sama memiliki pengaruh terhadap Loyalitas konsumen. Sedangkan variabel yang memiliki nilai paling dominan berpengaruh terhadap Loyalitas konsumen adalah variabel Komunitas merek.

Kata Kunci: Komunitas merek, Ekuitas Merek, Loyalitas pelanggan