

## ABSTRAK

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana pengaruh *brand community* terhadap loyalitas merek klub mobil Suzuki Ertiga Jember ERCI. Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui dan menganalisis seberapa besar pengaruh *Brand Community* terhadap loyalitas merek secara simultan dan parsial. Jenis penelitian deskriptif kuantitatif dengan menggunakan metode Sensus, dimana sensus tersebut adalah semua populasi yang dijadikan sampel, populasi yang saya ambil yaitu semua anggota ERCI sebanyak 50 anggota, dengan demikian sampel yang diambil oleh peneliti sebesar 50 orang responden. Hasil uji yang diperoleh menunjukkan bahwa variabel kesadaran bersama, ritua dan tradisi, dan rasa tanggung jawab moral berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas merek secara parsial maupun simultan. Meskipun semua variabel dinyatakan berpengaruh terhadap loyalitas merek tetapi peneliti berharap bagi peneliti selanjutnya dapat memakai variabel lain yang dapat berpengaruh terhadap loyalitas merek seperti citra merek dan promosi. Dikarenakan hasil dari koefisien determinasi dalam penelitian ini sebesar 60,7% dimana sisah 39,3% masi dipengaruhi oleh variabel lain.

Kata kunci : komunitas club ERCI Jember, loyalitas merek, kesadaran bersama, ritual dan tradisi dan rasa tanggung jawab moral.

## **ABSTRACT**

*The problem formulation in this research is how the influence of brand community to brand loyalty of car club Suzuki Ertiga Jember ERCI. Purpose of research is to know and analyze how big influence of brand community to brand loyalty partial and simultaneous. The tipe of descriptive quantitative research using census method, where the census is all the population in the sample, the population that I take all members of ERCI as much as 50 members, thus the sample taken by researchers by 50 respondents. Then results of the test show that the variabels conciusness of kind, ritual and tradition, and moral responsibility have a positive and significant impact on brand loyalty partial and simultaneous. Although all variables expressed influance on brand loyalty, but research hope for further research can use other variables that can affect brand loyalty such as brand image and promotion. Because the result of coefficient of determination in this research is 60,7% where 39,3% is still influenced by other variabels*

*Keywords : jember ERCI club community, brand loyalty, conciusness of kind, ritual and tradition and moral responsibility*