



Moniek Miledy Amalia
44210120060
Pengaruh Komunitas Polygon Depok Terhadap
Loyalitas Merek Polygon
V Bab + 92 Halaman + 35 Tabel + 2 Gambar + 33
Referensi + 25 Lampiran + 1 Biodata Penulis

ABSTRAKSI

Komunitas merek atau pelanggan turut menjaga hubungan jangka panjang perusahaan dengan pelanggan yang membantu mempertahankan pelanggan. Hal ini dimaksudkan untuk mencapai tujuan akhir menjadikan konsumen sebagai pelanggan yang loyal. *Public Relations* berfungsi meningkatkan *awareness* merek dan produk, memberi informasi, menciptakan kesepahaman dan kepercayaan hingga membangun hubungan harmonis antara merek, produk dan konsumen.

Penelitian ini mempunyai rumusan masalah yakni sejauhmana pengaruh komunitas Polygon terhadap loyalitas merek Polygon. Sedangkan tujuan penelitian adalah untuk mengetahui sejauhmana pengaruh Komunitas Polygon terhadap loyalitas merek Polygon. Teori dari Penelitian ini terdiri dari komunikasi, *public relations*, *marketing public relations*, komunitas merek dan loyalitas merek.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode *survey*, sifat penelitiannya kuantitatif dengan tipe penelitian eksplanatif dengan menggunakan teknik *Purposive Sampling*. Analisa data menggunakan Korelasi *Spearman's Rho*, Pengujian Hipotesis, Uji Regresi Linear Sederhana.

Hasil penelitian secara keseluruhan komunitas Polygon Depok terhadap loyalitas merek Polygon, berpengaruh signifikan antara komunitas Polygon dan loyalitas merek Polygon. Berdasarkan perhitungan korelasi *spearman's rho* 0.377 yang termasuk kategori korelasi yang rendah tapi pasti. Selain itu, perhitungan uji ANOVA hasil nilai F-ratio = 17.068 dengan Sig 0.000 < 0.001. Maka komunitas merek secara signifikan dapat mempengaruhi loyalitas merek. Sedangkan, persamaan regresinya adalah Dari persamaan regresi linear sederhana $Y = 0,470 X$ tersebut, dapat dijelaskan apabila pengaruh komunitas Polygon meningkat, akan diikuti dengan meningkatnya loyalitas merek Polygon atau sebaliknya. Dengan demikian, Meningkatnya komunitas Polygon akan diikuti dengan meningkatnya loyalitas merek Polygon sebesar 0,470 (47%). Dengan demikian, maka peneliti menyimpulkan bahwa komunitas merek berpengaruh signifikan terhadap loyalitas merek sepeda Polygon