

**PENGARUH KOMUNITAS MEREK TERHADAP LOYALITAS
MEREK MELALUI KEPUASAN PENGGUNA SEBAGAI MEDIASI
(STUDI PADA KOMUNITAS MERCEDES-BENZ CLUB JOGJAKARTA)**

AGUSTIA NUR CANDRA A
NIM. 141090031
Mahasiswa Program Studi Ekonomi Manajemen
Fakultas Ekonomi UPN “Veteran” Yogyakarta
(chachaangraeni30@gmail.com)

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh komunitas merek terhadap loyalitas merek melalui kepuasan pengguna sebagai mediasi. Penelitian ini dilakukan pada Komunitas Mercedes-Benz Club Jogjakarta (MBCJ) yang berjumlah 40 orang.

Jenis penelitian ini adalah penelitian sensus. Alat analisis data adalah analisis deskriptif dan analisis kuantitatif dengan menggunakan regresi linear model jalur (*path analysis*).

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan mengenai pengaruh komunitas merek terhadap loyalitas merek melalui kepuasan pengguna sebagai mediasi maka dapat dikemukakan beberapa kesimpulan sebagai berikut :

- 1) Komunitas merek berpengaruh terhadap loyalitas pengguna Mercedes-Benz
- 2) Komunitas merek berpengaruh terhadap kepuasan pengguna Mercedes-Benz
- 3) Kepuasan pengguna berpengaruh terhadap loyalitas merek Mercedes-Benz
- 4) Efek mediasi kepuasan pengguna pada pengaruh komunitas merek secara positif dan signifikan berpengaruh langsung terhadap loyalitas pengguna mobil Mercedes-Benz

Diharapkan penelitian ini dapat digunakan sebagai dasar untuk penelitian lebih lanjut, khususnya yang berkaitan dengan Loyalitas Merek.

Kata Kunci : Komunitas Merek, Loyalitas Merek, Kepuasan Pengguna