

## RINGKASAN

Penelitian ini berjudul "**Pengaruh Komunitas Merek Terhadap Niat Pembelian Kembali Pada Anggota Purwokerto Yaris Community (PYC)**". Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh efek komunitas merek dan kepercayaan komunitas merek terhadap komitmen komunitas merek, pengaruh efek komunitas merek dan kepercayaan komunitas merek terhadap niat pembelian kembali, pengaruh komitmen komunitas merek terhadap niat pembelian kembali, peran komitmen komunitas merek dalam memediasi pengaruh efek komunitas merek dan kepercayaan komunitas merek terhadap niat pembelian kembali.

Penelitian ini dilakukan dengan metode analisis data primer. Data diperoleh dari kuesioner. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis Structural Equation Modelling (SEM).

Berdasarkan hasil penelitian diketahui Efek komunitas merek dan kepercayaan komunitas merek mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap komitmen komunitas merek. Komunitas merek dan kepercayaan komunitas merek mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap niat pembelian kembali. Komitmen komunitas merek mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap niat pembelian kembali. Komitmen komunitas merek memediasi pengaruh efek komunitas merek dan kepercayaan komunitas merek terhadap niat pembelian kembali.

Implikasi penelitian yaitu dapat dimanfaatkan oleh pemasar (yang berafiliasi dengan PYC) sebagai bahan pertimbangan untuk meningkatkan strategi pemasaran dengan meningkatkan member terkait Efek Komunitas Merek, Kepercayaan Komunitas Merek dan Komitmen Komunitas Merek.

## *SUMMARY*

This study entitled "Effect of the Trademark Community on Repurchase intention at a member of Purwokerto Yaris Community (PYC)". The purpose of this research are investigation how effect of community and trademark trust on the commitment and intention of repurchase, influence of trademark community on repurchase intentions, and the role commitment community to mediate influence effect of the community and trademark trust on the repurchase intention.

Analysis methods was conducted with the primary data. Data obtained from questionnaire. Analytical techniques use analysis of Structural Equation Modelling (SEM).

Based on the research have conclusion that trademark community and trust brand have significant effects on commitment of the trademark community. Trademark community and trust brands have significant effect on repurchase intention. Commitment of trademark community has significant effect on repurchase intention. Commitment Community has mediate effect on brand community and trust to the repurchase intention.

Base on the conclusion has suggested that marketer should be improve marketing strategies by increasing the member related the effect of brand Communities, Trust Community and commitment of Trademark Community.