

ABSTRAK

Indosat *School Community* Bandung bertujuan untuk meningkatkan loyalitas para anggota komunitas terhadap merek IM3. Akan tetapi pada tahun 2012, Pada kuartal pertama dan kedua yaitu periode Januari-April dan Mei-Agustus, terdapat lebih dari 1000 anggota yang tersebar di beberapa Indosat *School Community* yang sudah tidak tergabung lagi menjadi anggota komunitas sekolah (*school community*).

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh elemen *brand community (consciousness of kind, rituals and traditions, dan moral responsibility)* terhadap *brand loyalty* baik secara simultan maupun parsial pada Indosat *School Community* Bandung. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif dan kausal, dengan menggunakan metode teknik sampling *simple random*. Jumlah sampel yang diambil 270 responden, diambil dari anggota Indosat *School Community* Bandung yang berjumlah 202.129.

Berdasarkan teknik analisis regresi berganda, Secara simultan, pengaruh sub variabel *consciousness of kind, rituals and traditions, dan moral responsibility* terhadap variabel *brand loyalty* sebesar 47,2%. Secara parsial, sub variabel *moral responsibility* memberikan pengaruh positif terhadap *brand loyalty* sebesar 45,1%, sub variabel *consciousness of kind* memberikan pengaruh positif terhadap *brand loyalty* sebesar 30,2%, dan sub variabel *rituals and traditions* memberikan pengaruh negatif terhadap *brand loyalty* sebesar 4,7%.

Kata kunci: *brand community, brand loyalty*.