

ABSTRAK

PENGARUH *BRAND COMMUNITY* TERHADAP *BRAND AWARENESS* VESPA MATIC DI SERANG BANTEN

Kebutuhan akan sepeda motor tidak hanya menjadi sekedar alat transportasi biasa tetapi bagi sebagian kalangan masyarakat telah menjadi bagian dari gaya hidup. Seperti halnya, minat beli masyarakat terhadap motor vespa adalah salah satu gambaran dari fenomena tersebut. Tujuan pada penelitian ini untuk mengetahui besaran pengaruh dari *brand community* terhadap *brand awareness* pada Vespa Matic di Serang Banten. Total sampel sebanyak 80 orang. Data dikumpulkan melalui kuesioner dengan skala likert yang diolah menggunakan software Microsoft Excel 2010 dan Software SPSS versi 26. Metode penelitian yang digunakan adalah regresi linear sederhana. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada pengaruh brand community terhadap *brand awareness* vespa matic di Serang Banten. hipotesis menunjukkan bahwa nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $(22,084 > 1,664)$ dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa variabel *brand community* (X) memiliki pengaruh signifikan terhadap *brand awareness* vespa matic di Serang Banten. Variabel *brand community* memberikan pengaruh sebesar 92,9% terhadap *brand awareness*.

Kata kunci : *brand community* dan *brand awarenees*.