

## **ABSTRAK**

*Jasa transportasi merupakan kebutuhan masyarakat untuk menunjang mobilitas. Sepeda motor menduduki posisi pertama, menggambarkan bahwa masyarakat Indonesia menganggap sepeda motor lebih efisien dan efektif dalam menunjang mobilitas kesehariannya. Merek produk merupakan salah satu elemen untuk merebut pangsa pasar. Komunitas merek merupakan salah satu alat yang paling efektif dalam membangun citra merek. Maka dari itu, tujuan penelitian ini adalah melihat seberapa besar pengaruh komunitas merek terhadap citra merek.*

*Penelitian ini menggunakan metode berbagai macam uji variabel agar mendapatkan hasil yang akurat. Hasil dari penelitian ini akan dijabarkan secara terperinci berdasarkan hasil uji normalitas, uji heteroskedastisitas, uji linear, uji regresi sederhana, uji hipotesis, uji korelasi, dan uji koefisien determinasi. Pada bagian hasil akan dijelaskan secara deskriptif agar memudahkan bagi para pembaca.*

*Berdasarkan hasil penelitian ini, terdapat pengaruh antara brand community pada Yamaha Nmax Brand Image di Bandung dengan persentase nilai hasil koefisien determinasi sebesar 69,2%. Diharapkan penelitian selanjutnya dapat memperluas atau melanjutkan penelitian ini menggunakan variabel lain atau dengan objek yang lain.*

***Kata kunci: Komunitas Merek, Citra Merek, Yamaha Nmax***