

ABSTRAK

Galang Putra N (0906752), “**Analisis Online Brand Community Terhadap Brand Attitude Wafer Coklat Beng Beng**” (Survey Pada Anggota Komunitas *Fanbase Facebook Asyikberatid*). Di bawah bimbingan Dr. Hj. Ratih Hurriyati, MP.

Persaingan yang kompetitif di industri makanan khususnya kategori produk wafer coklat beng beng yang ditandai dengan menurunnya pengetahuan, ekspektasi dan evaluasi atas keseluruhan kinerja merek dari konsumen yang merupakan indikasi dari penurunan *brand attitude*. *Brand attitude* menjadi suatu hal yang tidak bisa diabaikan begitu saja. Solusi yang dapat dilakukan perusahaan adalah dengan meningkatkan kinerja *online brand community*.

Tujuan penelitian ini adalah: 1) untuk memperoleh gambaran mengenai *online brand community* produk wafer coklat merek Beng beng di komunitas *fanbase facebook asyikberatid*, 2) untuk memperoleh gambaran mengenai *brand attitude* produk wafer coklat merek Beng beng di komunitas *fanbase facebook asyikberatid* dan 3) untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *online brand community* terhadap *brand attitude* produk wafer coklat merek Beng beng di komunitas *fanbase facebook asyikberatid*. Objek penelitian ini adalah anggota komunitas *fanbase facebook asyikberatid*. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah *online brand community*. Sedangkan variabel terikat adalah *brand attitude*. Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif, verifikatif, dan metode yang digunakan adalah *explanatory survey* dengan teknik *simple random sampling*, dengan jumlah sampel 100 responden anggota komunitas *fanbase facebook asyikberatid*. Teknik analisa data yang digunakan adalah regresi linier sederhana dengan alat bantu *software* komputer SPSS 21.0. Hasil yang diperoleh dalam penelitian menyatakan bahwa kinerja *online brand community* berpengaruh terhadap *brand attitude*.

Penulis merekomendasikan agar perusahaan meningkatkan kinerja dari *online brand community* terutama dalam hal *social networking* sebagai salah satu strategi untuk meningkatkan *brand attitude*.

Kata kunci: *online brand community, brand attitude*

ABSTRACT

Galang Putra N (0906752), “**Analysis Online Brand Community on Brand Attitude Chocolate Wafer Beng Beng**” (Survey on the community member of *Fanbase Facebook Asyikberatid*). Guidance of Dr. Hj. Ratih Hurriyati, MP.

Competitive rivalry in the food industry in particular product category chocolate wafer beng beng marked by declining knowledge, expectations and evaluation of the overall performance of a consumer brand is an indication of the decrease in brand attitude. Brand attitude becomes a thing that could not be ignored for granted. The solution that the company can do is to improve the performance of online brand community.

The purpose of this research was: 1) to obtain an overview of the online brand community products brand chocolate wafer Beng beng on the community of Fanbase Facebook Asyikberatid, 2) to obtain an overview of the brand attitude product brand chocolate wafer Beng beng on the community of Fanbase Facebook Asyikberatid and 3) to find out how much influence online brand community on brand attitude product brand chocolate wafer Beng beng on the community of Fanbase Facebook Asyikberatid. The object of this research is a community member of Fanbase Facebook Asyikberatid. The independent variable in this study is an online brand community. The dependent variable is the brand attitude. This type of research is descriptive, verifikatif, and the method used was explanatory survey with simple random sampling techniques, with a total sample of 100 respondents community member of Fanbase Facebook Asyikberatid. Data analysis technique used is a simple linear regression with SPSS computer software tools 21.0. The results obtained in the study stated that the performance of online brand community influence on brand attitude.

The author recommends that companies improve the performance of online brand community especially in terms of social networking as a strategy to enhance the brand attitude.

Keywords: *online brand community, brand attitude*