

**Pengaruh *Community Relations* PT. Astra Honda Motor
Terhadap Loyalitas Anggota Komunitas
(survei Barisan Tiger Jakarta)**

Mohammad Reza

ABSTRAK

Latar belakang penelitian ini berawal dari diberhentikannya produksi motor tiger pada tahun 2014 yang masa produksinya mencapai 21 tahun. Honda tidak lagi seperti dulu yang sering mengadakan acara tahunan untuk para pecinta motor tiger. Pada tahun 2016 Honda kembali mencoba menjalin hubungan baik dengan para pecinta Honda Tiger dengan mengadakan event jambore nasional Honda Tiger yang mengusung tema *spirit of legend*. Tujuan penelitian ini dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *community relations* PT.AHM terhadap loyalitas komunitas barisan tiger Jakarta.

Penelitian dilakukan dengan menggunakan metode penelitian kuantitatif. Sementara, jenis penelitian yang digunakan ialah survei eksplanatif. Pengumpulan data dilakukan pada komunitas barisan tiger Jakarta. Jumlah sampel dalam penelitian ini 88 orang. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa korelasi variabel X dan variabel Y 0,977. Berdasarkan perhitungan koefisien determinasi diperoleh hasil pengaruh yang sangat kuat terhadap variabel Y sebesar 43,09%. Dengan demikian perhitungan didapat $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $43,09 > 1,671$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti terdapat pengaruh atau kegiatan *community relations* PT.AHM terhadap loyalitas komunitas barisan tiger Jakarta.

Kata Kunci : *Community Relations*, Loyalitas Komunitas, Komunitas

**Pengaruh *Community Relations* PT. Astra Honda Motor
Terhadap Loyalitas Anggota Komunitas
(survei Barisan Tiger Jakarta)**

Mohammad Reza

ABSTRACT

The background of this research originated from the dismissal of tiger motor production in 2014 whose production period reached 21 years. Honda is no longer the same as it used to hold annual events for tiger motor lovers. In 2016 honda again trying to establish good relations to hear the honda tiger lovers by holding a national jamboree honda tiger event that carries the theme of the spirit of legend. The purpose of this study was conducted to find out how big influence of PT.AHM community relations to loyalty community barisan tiger jakarta.

The research was conducted by using quantitative research method. Meanwhile, the type of research used is an explanatory survey. The data collection is done in tiger jakarta community line. The number of samples in this study 88 people. The results of this study showed that the correlation variable X san variable Y 0.977. Based on the calculation of the coefficient of determination obtained a very strong effect on the variable Y of 43.09%. Thus the calculation is obtained $t_{\text{arithmetik}} > t_{\text{table}}$ is $43.09 > 1.671$ then H_0 is rejected and H_a accepted which means there is influence there is influence community relations activities pt ahm to loyalty community barisan tiger jakarta.

Kata Kunci : Community Relations, Community Loyalty, Community