

**Pengaruh Brand Image dan Brand Awareness Terhadap
Brand Loyalty pada Pengguna iPhone
(Studi pada Anggota Grup Forum Iphone Semarang Raya di
Facebook)**

SKRIPSI



DISUSUN OLEH :

**FADHIL HAKIKI
23.D1.0176**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA
SEMARANG
2024**

**Pengaruh Brand Image dan Brand Awareness Terhadap
Brand Loyalty pada Pengguna iPhone
(Studi pada Anggota Grup Forum Iphone Semarang Raya di
Facebook)**

**Diajukan dalam Rangka Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana
pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Katolik Soegijapranata**



FADHIL HAKIKI

23.D1.0176

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITA KATOLIK SOEGIJAPRANATA
SEMARANG
2024**

ABSTRAK

Fadhil Hakiki
23.D1.0276
Program Studi Manajemen

Brand Loyalty dapat terjadi karena adanya stimulus atau dorongan dari *Brand Image* dan *Brand Awareness* yang timbul dari konsumen, mereka memiliki rasa percaya sehingga timbul perasaan ingin mendapatkan atau membeli produk kembali sehingga menjadi konsumen yang loyal. Hal ini terjadi karena adanya beberapa pengaruh eksternal seperti *Brand Image* dan *Brand Awareness* yang dikemas dengan baik dan menarik.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh *Brand Image* dan *Brand Awareness* terhadap *Brand Loyalty* pada pengguna *iPhone*. Penelitian ini mengambil *sample* pada grup yang bernama “Forum *iPhone* Semarang Raya” yang ada di aplikasi *Facebook*. Diharapkan dengan adanya penelitian ini orang yang melakukan penjualan dan juga admin pada grup tersebut dapat memaksimalkan toko dan produk khususnya dari segi pemasaran.

Data yang digunakan pada penelitian ini adalah data primer, yang menyebarkan kuesioner pada 100 orang atau responden yang tergabung dalam grup “Forum *iPhone* Semarang Raya”. Hasil yang sudah diteliti menunjukkan bahwa *Brand Image* dan *Brand awareness* memiliki pengaruh terhadap *Brand Loyalty*.

Kata Kunci : *Brand Image*, *Brand Awareness*, *Brand Loyalty*.

ABSTRACT

Fadhil Hakiki
23.D1.0276
Program Studi Manajemen

Brand loyalty is stimulated by consumers image and awareness toward the brand. Brand image and brand awareness create trust that leads consumers to have a desire to repurchase the product and thus to become a loyal customer. This research was to determine the influence of brand image and brand awareness on brand loyalty among iPhone users found from the *Forum iPhone Semarang Raya* in which the members connect each other through Facebook. The study is intended to help iPhone sellers and group admins of the forum to optimize their marketing programs. The primary data was gathered using questionnaires to 100 members of the forum. Regression analysis was applied to reveal the influence of brand image and brand awareness on brand loyalty. The result shows that brand image and brand awareness have an influence on brand loyalty.

Keywords : Brand Image, Brand Awareness, Brand Loyalty.