

ABSTRACT

The development of business technology that continues to grow in recent years more and more tight, because this business is the demands of the public about the importance of communication. Communication is a human need is very important and needed in the life of society to find and get information from or to other people. The need to get information on the rise as the development of the times. One of communication is needed to communicate wherever they are is handphone.

The purpose of this study was to analisys the influence of brand image on brand love, the influence of brand image on customer satisfaction. The influence of brand image on brand loyalty. The influence of brand love on brand loyalty and the influence customer satisfaction on brand loyalty. This study uses UNISSULA student populations that uses Nokia mobile phones, while samples in this study were 100 respondent. The sampling technique with purposive sampling and data analisys methode uses is path analisys.

The result of this research is : Brand image positive and significant impact on brand love, this means that if the brand image incrases, the love of the brand will also increases. Brand image positive and significant impact on customer satisfaction, this means that if the brand image incrases, customer satisfaction will also increases. Brand image positive significant impact on brand loyalty, this means if the brand image increases, brand loyalty also increases. Brand love positive significant impact on brand loyaly, this means that if the brand love increases, brand loyalty also increases. And customer satisfaction positive significant impact on brand loyalty, this means that customer satisfaction increases, brand loyalty also increases.

Keywords : Brand Image, Brand Love, Customer Satisfaction and Brand Loyalty

ABSTRAKSI

Perkembangan bisnis teknologi yang terus berkembang akhir-akhir ini semakin ketat, hal ini karena bisnis ini merupakan tuntutan kebutuhan masyarakat akan pentingnya komunikasi. Komunikasi merupakan kebutuhan manusia yang sangat penting dan dibutuhkan dalam kehidupan bermasyarakat untuk mencari dan mendapatkan informasi dari atau kepada orang lain. Kebutuhan untuk mendapatkan informasi semakin meningkat seiring berkembangnya zaman. Salah satu alat komunikasi yang sangat dibutuhkan untuk melakukan komunikasi dimanapun mereka berada adalah *handphone* atau telepon genggam.

Tujuan penelitian ini adalah : untuk menganalisis pengaruh *brand image* terhadap *brand love*, pengaruh *brand image* terhadap *customer satisfaction*, pengaruh *brand love* terhadap *brand loyalty*, pengaruh *customer satisfaction* terhadap *brand loyalty* dan pengaruh *brand image* terhadap *brand loyalty*. Penelitian ini menggunakan populasi mahasiswa Unissula yang menggunakan *handphone* Nokia, sedangkan sampel dalam penelitian ini adalah 100 responden. Teknik pengambilan sampel dengan *purposive sampling* dan metode analisis data yang digunakan adalah *Path analysis (path analysis)*

Hasil dari penelitian ini adalah : *Brand image* berpengaruh positif signifikan terhadap *Brand love*, artinya apabila *brand image* semakin meningkat maka *brand love* semakin meningkat. *Brand image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer satisfaction*, artinya apabila *brand image* semakin meningkat maka *customer satisfaction* juga semakin meningkat. *Brand love* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *brand loyalty*, artinya semakin meningkat *brand love* maka *brand loyalty* semakin meningkat. *Customer satisfaction* berpengaruh positif signifikan terhadap *brand loyalty*, artinya semakin meningkat *customer satisfaction* semakin meningkat *brand loyalty*. *Brand image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *brand loyalty*, artinya semakin meningkat *brand image* maka semakin meningkat pula *brand loyalty*.

Kata kunci : brand image, brand love, customer satisfaction dan brand loyalty