

ABSTRAK

Aryanto Adhitya Ananta (01619230034)

PENGARUH *BRAND AWARENESS*, BRAND AMBASSADOR DAN BRAND IMAGE TERHADAP *BRAND LOYALTY* MELALUI BRAND TRUST SEBAGAI MEDIASI PADA AKUN INDOMUSIKGRAM

(78 hal + 25 tabel + 4 gambar)

Pergeseran perilaku konsumen dari media tradisional dan media cetak ke media digital menjadikan banyak perusahaan fokus pada media digital seperti sosial media. Hal tersebut juga menjadikan media digital sebagai tempat yang cukup kompetitif. Penelitian ini menguji pengaruh dari *brand awareness*, *brand ambassador* dan *brand image* terhadap *brand loyalty* melalui *brand trust* sebagai mediasi pada salah satu akun sosial media yaitu indomusikgram. Penelitian ini dilakukan pada secara kuantitatif 213 *follower* dengan pengambilan sampel menggunakan pendekatan *convenience sampling*. Teknik analisa yang digunakan adalah dengan SEM. Hasil analisa menunjukkan bahwa *brand ambassador* dan *brand image* berpengaruh signifikan positif terhadap *brand loyalty* melalui *brand trust*. Sedangkan *brand awareness* tidak dapat mempengaruhi *brand trust* dan *brand loyalty*.

Kata Kunci : Media Sosial, Konten Musik, *Brand Loyalty*, Pengikut

57 Referensi (2015-2024)

ABSTRACT

Aryanto Adhitya Ananta (01619230034)

THE EFFECT OF BRAND AWARENESS, BRAND AMBASSADOR AND BRAND IMAGE ON BRAND LOYALTY THROUGH BRAND TRUST AS A MEDIATION ON INDOMUSIKGRAM ACCOUNT

(78 hal + 25 table + 4 picture)

The shift in consumer behavior from traditional media and print media to digital media has made many companies focus on digital media such as social media. This also makes digital media a fairly competitive place. This study examines the effect of brand awareness, brand ambassadors and brand image on brand loyalty through brand trust as a mediation on one of the social media accounts, namely indomusikgram. This study was conducted quantitatively on 213 followers with sampling using a convenience sampling approach. The analysis technique used is SEM. The results of the analysis show that brand ambassadors and brand image have a significant positive effect on brand loyalty through brand trust. While brand awareness cannot affect brand trust and brand loyalty.

Keyword : Social Media, Music Content, Brand Loyalty, Followers
57 Refference (2015-2024)