

ABSTRAK

Oleh :

Munjin Mauludin Mubarak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Self Congruity* terhadap *Brand Loyalty* pada pengguna produk Apple di Kota Bandung. Responden dalam penelitian ini berjumlah 159 orang dengan kriteria berdomisili di kota Bandung, merupakan pengguna produk Apple, dan melakukan pembelian produk Apple secara berulang. Metode penelitian yang digunakan yaitu penelitian kuantitatif dengan pendekatan regresi linear sederhana, metode pengumpulan data menggunakan kuesioner dalam bentuk *google form* dengan menggunakan dua alat ukur yaitu alat ukur *Self Congruity* dan *Brand Loyalty*. Teknis analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi sederhana. Berdasarkan hasil analisis data taraf signifikansi yaitu 0,000 dengan nilai R Square 0.251. Hal ini menunjukkan bahwa *Self Congruity* memiliki pengaruh positif terhadap *Brand Loyalty* pada pengguna produk Apple di kota Bandung, sehingga dapat diartikan bahwa semakin tinggi *Self Congruity* maka akan semakin tinggi *Brand Loyalty*.

Kata Kunci : *Self Congruity*, *Brand Loyalty*, Apple

ABSTRACT

Author:

Munjin Mauludin Mubarak

This study aims to determine the effect of Self Congruity on Brand Loyalty in users of Apple products in Bandung City. Respondents in this study totaled 159 people with criteria domiciled in the city of Bandung, are users of Apple products, and make repeated purchases of Apple products. The research method used is quantitative research with a simple linear regression approach, the data collection method uses a questionnaire in the form of a google form using two measuring instruments, namely the Self Congruity and Brand Loyalty measuring instruments. Technical data analysis in this study using simple regression analysis. Based on the results of data analysis, the significance level is 0.000 with an R Square value of 0.251. This shows that Self Congruity has a positive influence on Brand Loyalty in Apple product users in Bandung, so it can be interpreted that the higher the Self Congruity, the higher the Brand Loyalty.

Keywords: Self Congruity, Brand Loyalty, Apple

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan sebanyak-banyaknya kehadiran Allah SWT yang mana telah memberikan rahmat serta karunianya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Self Congruity* Terhadap *Brand Loyalty* Pada Pengguna Produk Apple Di Kota Bandung”.

Terselesaikannya skripsi ini bukan hanya kerja keras yang peneliti lakukan sendiri, namun atas terselesaikannya skripsi ini tidak lepas dari bantuan yang diberikan oleh berbagai pihak yang telah memberikan bantuan berupa bimbingan, doa, dan data yang diperlukan