

ABSTRAK

PENGARUH *WORD OF MOUTH*, *BRAND IMAGE*, DAN *BRAND AWARENESS* TERHADAP *BRAND LOYALTY* PRODUK BULU TANGKIS YONEX

Ivan Sebastian Utoyo
Universitas Sanata Dharma
Yogyakarta
2024

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui : (1) pengaruh *word of mouth*, *brand image*, dan *brand awareness* terhadap *brand loyalty* pada produk bulu tangkis Yonex, (2) pengaruh *word of mouth* terhadap *brand loyalty* pada produk bulu tangkis Yonex, (3) pengaruh *brand image* terhadap *brand loyalty* pada produk bulu tangkis Yonex, (4) pengaruh *brand awareness* terhadap *brand loyalty* pada produk bulu tangkis Yonex. Responden pada penelitian ini sebanyak 105 responden yang didapatkan dengan melalui penyebaran kuesioner menggunakan *google form*. Populasi pada penelitian ini adalah semua orang yang bermain bulu tangkis dan berdomisili di pulau Jawa, serta pernah melakukan pembelian produk bulu tangkis Yonex lebih dari satu kali, dengan metode pengambilan sampel *purposive sampling*. Teknik pengujian instrumen pada penelitian ini menggunakan uji asumsi klasik, uji validitas dan reliabilitas. Teknik analisis data pada penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda dengan menggunakan *software* SPSS 20. Hasil yang didapatkan pada penelitian ini yaitu: (1) *word of mouth*, *brand image*, dan *brand awareness* berpengaruh terhadap *brand loyalty* pada produk bulu tangkis Yonex. (2) *word of mouth* berpengaruh terhadap *brand loyalty* pada produk bulu tangkis Yonex. (3) *brand image* berpengaruh terhadap *brand loyalty* pada produk bulu tangkis Yonex. (4) *brand awareness* tidak berpengaruh terhadap *brand loyalty* pada produk bulu tangkis Yonex.

Kata kunci : *word of mouth*, *brand image*, *brand awarens*, *brand loyalty*.

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF *WORD OF MOUTH*, *BRAND IMAGE*, AND *BRAND AWARENESS* ON *BRAND LOYALTY* OF YONEX BADMINTON PRODUCTS.

Ivan Sebastian Utoyo

Universitas Sanata Dharma
Yogyakarta
2024

The purpose of this research is to determine: (1) the effect of word of mouth, brand image, and brand awareness on brand loyalty for Yonex badminton products, (2) the effect of word of mouth on brand loyalty for Yonex badminton products, (3) the effect of brand image on brand loyalty for Yonex badminton products, (4) the effect of brand awareness on brand loyalty for Yonex badminton products. The respondents in this study consisted of 105 participants who were obtained through the distribution of questionnaires using Google Forms. The population in this study includes all individuals who play badminton and reside on the island of Java, and have made more than purchases of Yonex badminton products, using purposive sampling as the sampling method. The instrument testing technique in this study employed classic assumption tests, validity tests, and reliability tests. The data analysis technique used in this study was multiple linear regression analysis using SPSS 20 software. The results of this study are as follows: (1) word of mouth, brand image, and brand awareness influences brand loyalty for Yonex badminton products. (2) word of mouth influences brand loyalty for Yonex badminton products. (3) brand image influences brand loyalty for Yonex badminton products. (4) brand awareness does not influences brand loyalty for Yonex badminton products.

Keywords: word of mouth, brand image, brand awareness, brand loyalty.

