

**PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING TERHADAP BRAND
IMAGE APPLE PADA MAHASISWA DI KABUPATEN SLEMAN**

MUHAMMAD FATIH ELBANI

NIM : 14119086

Mahasiswa Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN “Veteran” Yogyakarta

m.fatihelbani@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis antara pengaruh *Entertainment, Customisation, Interaction, Trendiness*, dan *E –WOM* terhadap *Brand Image* Apple pada pengguna akun Instagram Apple di Kabupaten Sleman. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini yaitu pengguna akun Instagram Apple yang berdomisili di Kabupaten Sleman. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan kuesioner online. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling dengan jumlah sample yang diambil pada penelitian ini sebanyak 110 responden. Alat analisis yang digunakan yaitu metode kuantitatif deskriptif menggunakan analisis regresi linier berganda dengan bantuan program SPSS (*Statistical Product and Service Solution*) versi 16. Penelitian ini menunjukkan bahwa (1) variabel *Entertainment, Customisation, Interaction, Trendiness*, dan *E –WOM* secara bersama – sama berpengaruh signifikan terhadap *Brand Image* (2) variabel *Entertainment* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Brand Image* (3) variabel *Customisation* tidak berpengaruh terhadap *Brand Image* (4) variabel *Interaction* tidak berpengaruh terhadap *Brand Image* (5) variabel *Trendiness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Brand Image* (6) variabel *E –WOM* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Brand Image*.

Kata Kunci : *Entertainment, Customisation, Interaction, Trendiness, E –WOM, Brand Image*