

# Hubungan penerimaan brand identity melalui Instagram dengan brand awareness produk layanan telekomunikasi pada provider loop Telkomsel = Relationship between acceptance of brand identity through Instagram with brand awareness of telecommunication provider product on loop Telkomsel

Anindita Lintang Sari, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20472564&lokasi=lokal>

---

## Abstrak

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang bertujuan untuk menjelaskan hubungan antara penerimaan brand identity melalui Instagram oleh target konsumen dengan brand awareness produk layanan Telekomunikasi yaitu Loop Telkomsel. Dengan menggunakan konsep brand identity dan brand awareness oleh Aaker, penelitian ini mengukur hubungan antara kedua konsep tersebut. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah survei. Survei dilakukan dengan membagikan kuesioner secara online kepada remaja usia 17-19 tahun dengan jumlah 97 responden. Hasil yang ditemukan dari penelitian ini adalah, Instagram merupakan media yang membantu para responden dalam mengidentifikasi identitas yang dimiliki oleh Loop, hal ini ditunjukkan dari tingginya penerimaan brand identity oleh target konsumen melalui Instagram dan tingginya brand awareness Loop di kalangan target konsumen. Kesimpulan hasil penelitian ini adalah adanya hubungan positif yang kuat dan signifikan antara penerimaan brand identity melalui Instagram oleh target konsumen dengan brand awareness Loop Telkomsel.

.....This study is a quantitative research that aims to explain the relationship between the acceptances of brand identity by consumers through Instagram with brand awareness on telecommunication service brand Loop Telkomsel. Using brand identity and brand awareness concept from Aaker, this study is measured the relationship between those two concept. Data collecting method that used in this study is a survey. Survey is done by spreading an online questionnaire to teenager with the age range of 17 to 19 years old with total 97 respondents. The results of this study showed that Instagram helps the respondents to identifying Loop identity, this is shown from the high acceptance of brand identity by target consumers through Instagram and high brand awareness Loop among the target consumers. Conclusion of this study is a positive significant relationship between the acceptances of brand identity by consumers through Instagram with Loop Telkomsel brand awareness.