

**PENGARUH PENGALAMAN MEREK, KEPUASAN MEREK, DAN
KECINTAAN MEREK TERHADAP KETERIKATAN MEREK
PENGGUNA *APPLE MACBOOK* DIKOTA PADANG**

Resy Febriza¹ Surya Dharma², Reni Yuliviona²
Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Bung Hatta
Padang, Indonesia

Email : Resyfebriza21@gmail.com,
reniyulviona@bunghatta.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk membuktikan dan menganalisis pengaruh pengalaman merek, kepuasan merek, dan kecintaan merek terhadap keterikatan merek pada pengguna *Apple Macbook* di Kota Padang. Pada penelitian ini digunakan beberapa orang pengguna *Apple Macbook* di Kota Padang. Jenis data dalam penelitian ini adalah data primer dari hasil penyebaran kuesioner. Metode analisis data dalam penelitian ini menggunakan SPSS. Hasil pengujian dengan menggunakan analisis model regresi linear berganda dan uji hipotesis untuk melihat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Hasil penelitian ini menemukan bahwa pengalaman merek, kepuasan merek, dan kecintaan merek berpengaruh positif terhadap keterikatan merek pengguna *Apple Macbook* di Kota Padang.

Kata Kunci: Pengalaman Merek, Kepuasan Merek, Kecintaan Merek dan Keterikatan Merek

***THE INFLUENCE OF BRAND EXPERIENCE, BRAND SATISFACTION AND
BRAND LOVE OF APPLE MACBOOK USER'S BRAND
ENGAGEMENT IN PADANG CITY***

Resy Febriza¹ Surya Dharma², Reni Yuliviona²
Management Departmen, Faculty of Economic and Business, Bung Hatta University
Padang, Indonesia
Email : Resyfebriza21@gmail.com, sdharma@gmail.com,
reniyulviona@bunghatta.ac.id

ABSTRACT

This study aims to prove and analyze the effect of brand experience, brand satisfaction, and brand love on brand engagement to Apple Macbook users in Padang City. In this study several Apple Macbook users were used in the city of Padang. The type of data in this study is primary data from the results of questionnaires. Data analysis method in this study uses SPSS. The test results using multiple linear regression analysis and hypothesis testing to see the effect of independent variables on the dependent variable. The results of this study found that brand experience, brand satisfaction, and brand love had a positive effect on brand attachment of Apple Macbook users in the Padang city.

Keywords: Brand Experience, Brand Satisfaction, Brand Love and Brand Engagement