

ABSTRAK

Hubungan *Brand Image* Dengan *Customer Loyalty* pada Pengguna Telkomsel Kalangan Mahasiswa Psikologi UNP

Oleh : Ricky Dji Saputra Togatorop

Penelitian bertujuan menjelaskan hubungan antara *brand image* dengan *customer loyalty* pada pengguna kartu Telkomsel di kalangan mahasiswa Psikologi Universitas Negeri Padang. Populasi penelitian ini adalah mahasiswa Psikologi Universitas Negeri Padang dengan jumlah sampel penelitian sebanyak 60 orang mahasiswa psikologi yang sesuai dengan karakteristik penelitian yang diambil melalui *purposive sampling*. Pengumpulan data menggunakan skala *brand image* dengan nilai koefisien reliabilitas tinggi. Data diolah menggunakan teknik statistik korelasi *product moment* dari Karl Pearson. Hasil penelitian $r=0.744$ dan $p=0.000$ ($p<0.01$) yang menunjukkan terdapat hubungan positif yang sangat signifikan antara *brand image* dengan *customer loyalty* pada pengguna kartu di kalangan mahasiswa Psikologi Universitas Negeri Padang.

Kata kunci: *Brand Image*, *Customer loyalty*, Telkomsel.