**ANALISIS DIMENSI *BRAND LOVE* PRODUK SIM *CARD* XL PADA XL *CENTER* ADISUCIPTO YOGYAKARTA**

# **ABSTRAK**

**G. R. W Antony Malau**

**Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui analisis dimensi *Brand Love* produk SIM *Card* XL pada XL *Center* Adisucipto Yogyakarta. Metode yang digunakan dalam pengambilan sampel adalah *sampling purposive* dengan menyebarkan kuesioner kepada 100 orang responden pengguna produk SIM *card* XL. Dalam menganalisis data terlebih dahulu dilakukan analisis instrumen uji validitas dan uji reliabilitas. Metode analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis deskriptif kuantitatif, yaitu dengan menghitung jumlah skor ideal dan kemudian menilai perolehan hasil skor kedalam kriteria penilaian garis kontinum. Hasil analisis pada penelitian ini menunjukkan bahwa dimensi *Brand Love* berada pada kategori cukup tinggi. Hal ini mengimplikasikan bahwa pelaksanaan *Brand Love* produk SIM *card* XL pada XL *Center* Adisucipto Yogyakarta telah berlangsung dengan baik.

**Kata Kunci** : *Brand Love*



***THE ANALYSIS OF BRAND LOVE DIMENSION FOR SIM CARD XL PRODUCT AT XL CENTER ADISUCIPTO YOGYAKARTA***

# ***ABSTRACT***

**G. R. W Antony Malau**

***Abstract***

*This study aims to identify the Brand Love dimension for SIM card XL product at XL Center Adisucipto Yogyakarta. The method used in sampling is purposive sampling by distributing questionnaires to 100 respondent who used SIM card XL products. In analyzing the data, the instrument analysis of validity and reliability tests is carried out first. Data analysis method in this study uses quantitative descriptive analysis, namely by calculating the number of ideal scores and assessing the score result into the continuum line assessment criteria. The results of the analysis in this study indicate that the dimensions of Brand Love are in a fairly high category. This implies that the implementation of Brand Love for SIM card XL products at the XL Center Adisucipto Yogyakarta has been going well.*

***Keywords*** *: Brand Love*