ABSTRAK

Brand Image merupakan kombinasi atau sebagian dari warna, bentuk dan tulisan sebagai identitas dan diferensiasi terhadap produk rival. *Brand Image* juga dapat dijabarkan sebagai sebuah persepsi terhadap *brand* yang melekat atau terasosiasi pada merek dalam memori pelanggan. *Brand Image* dipengaruhi oleh beberapa variabel yaitu bentuk logo, warna logo, tipografi logo, slogan dan kualitas layanan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh dari bentuk logo, warna logo, tipografi logo, slogan dan kualitas layanan terhadap *brand image* Telkomsel di Kota Semarang.

Metode yang digunakan adalah metode kuantitatif. Teknik analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah Analisis Linear Berganda dengan menggunakan *software* analisis statistik SPSS 26. Penelitian ini menggunakan teknik pendekatan *non-probability sampling* dengan metode *purposive sampling*. Jumlah responden yang digunakan pada penelitian ini sebanyak 115 pengguna layanan Telkomsel.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa warna logo, tipografi logo dan kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *brand image*. Sedangkan bentuk logo dan slogan tidak berpengaruh signifikan terhadap terhadap *brand image*. Kualitas layanan merupakan variabel yang paling kuat mempengaruhi *brand image*.

Kata kunci: *Brand Image*, Bentuk Logo, Warna Logo, Tipografi Logo, Slogan, Kualitas Layanan.

SEMARANG
FEB UNDIP