

ABSTRAK

Trend *Gadget* yang berkembang sangat pesat diakibatkan oleh cepatnya penyebaran informasi melalui sosial media. Dengan banyaknya tren *gadget* memberikan pengaruh bagi masyarakat khususnya kalangan anak muda yang senang menggunakan hal yang baru karena adanya kemajuan teknologi. Apple menjadi salah satu merek gadget terbaik dan memiliki citra yang baik dipasaran. Apple merupakan *brand* internasional yang masih eksis hingga saat ini. Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh *brand image* dan *electronic word of mouth* pada sosial media youtube terhadap loyalitas pelanggan produk Apple

Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif dan kausal. Pengambilan sampel dilakukan dengan metode *non-probability sampling* jenis *accidental sampling* dengan jumlah responden sebanyak 100 responden yang menggunakan produk Apple. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif dan analisis regresi linier berganda.

Berdasarkan hasil analisis deskriptif variabel *brand image* termasuk dalam kategori sangat baik dengan nilai presentase 84,8%, variabel *electronic word of mouth* termasuk dalam kategori baik dengan nilai presentase 80,7%, dan variabel loyalitas pelanggan termasuk dalam kategori baik dengan nilai presentase 82,0%. berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa *brand image* dan *electronic word of mouth* berpengaruh signifikan secara parsial terhadap loyalitas pelanggan. dan *brand image* dan *electronic word of mouth* berpengaruh simultan terhadap loyalitas pelanggan dengan presentase sebesar 53,7% sedangkan sisanya 42,5% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini