

ABSTRAK

Smartphone lipat adalah jenis ponsel pintar dengan layar fleksibel yang memberikan pengalaman unik dapat dilipat bagi penggunanya. Samsung merilis produk pertamanya yaitu Galaxy Z Fold pada tahun 2019 sebagai penanda awal era *smartphone* lipat. Kehadiran berbagai merek di pasar membuat persaingan semakin menarik, dengan Apple sebagai pemain utama di pasar *smartphone* Indonesia. Dalam hal teknologi dan desain ponsel, Apple sering dianggap sebagai pionir.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *Customer Attitudes* dan *Service Quality* terhadap *Brand Loyalty* melalui *Brand Trust* sebagai variabel intervening pada pengguna iPhone dalam tren *smartphone* lipat di Indonesia.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan jenis penelitian kausal. Populasi dalam penelitian ini berjumlah 350 responden menggunakan *non-probability sampling* teknik *purposive sampling*. Pengumpulan data menggunakan kuesioner yang disebarluaskan melalui *Google Form*. Teknik analisis data menggunakan PLS-SEM (*partial least square-structural equation modeling*) dengan *software* SmartPLS 4.

Berdasarkan hasil penelitian, *Customer Attitudes* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Brand Loyalty*, *Service Quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Brand Loyalty*, *Customer Attitudes* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Brand Trust*, *Service Quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Brand Trust*, *Brand Trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Brand Loyalty*. Kemudian *Customer Attitudes* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Brand Loyalty* melalui *Brand Trust*, dan *Service Quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Brand Loyalty* melalui *Brand Trust*.

Saran yang dapat diberikan kepada Perusahaan adalah Apple didorong untuk mempertahankan *Customer Attitudes* yang positif terhadap produknya dengan secara konsisten memprioritaskan inovasi yang selaras dengan kebutuhan pelanggan dan tren *smartphone* lipat yang sedang berkembang dapat menjadi tantangan sekaligus peluang bagi Apple. Saran bagi peneliti selanjutnya adalah diharapkan untuk menggali penelitian lebih dalam mengenai tren teknologi sehingga penelitian tersebut dapat digunakan sebagai perbandingan serta diharapkan untuk menambahkan variabel lain yang mempengaruhi loyalitas merek.

Kata kunci: sikap konsumen, kualitas pelayanan, kepercayaan merek, loyalitas merek