

ABSTRAK

Persaingan industri elektronik khususnya *smartphone* saat ini mengalami perkembangan yang cukup pesat yang memposisikan pemasar untuk selalu dapat mengembangkan dan merebut *market share* atau pangsa pasar. Hal ini disadari oleh *smartphone* iPhone, dengan *brand image* yang baik Apple yakin akan mempertahankan posisi perusahaan dalam pasar hal ini juga akan mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian secara berulang dan menjadikan konsumen loyal. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *brand image* terhadap loyalitas pengguna *smartphone* iPhone di Telkom University Fakultas Bisnis dan Adminitrasi.

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif, dengan menggunakan teknik analisis statistik regresi linier berganda dan metode teknik sampling *convenience sampling*. Dengan pengambilan sampel yaitu responden yang menggunakan *smartphone* iPhone yang berada di Telkom University Fakultas Komunikasi dan Bisnis.

Berdasarkan hasil uji hipotesis secara parsial *brand image smartphone* iPhone berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan, hal ini dibuktikan dengan nilai berdasarkan uji koefisien determinasi, maka dapat diambil kesimpulan bahwa *brand image* memberikan pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan, dengan persentase pengaruh sebesar 45,6% Sedangkan sisanya sebesar 54,4% dipengaruhi oleh faktor lain diluar *brand image* yang tidak diteliti dalam penelitian ini seperti *brand equity*, *brand trust*, dan faktor lainnya.

Smartphone iPhone sebaiknya mempertahankan *brand image* yang sudah terbentuk dengan cara meningkatkan kualitas produk agar pengguna tetap loyal dan juga percaya bahwa produk *smartphone* iPhone berkualitas dan berbeda dengan yang lain.

Kata Kunci: *Smartphone, Brand Image, Loyalitas Pelanggan*

ABSTRACT

Nowadays, competition in elektronik industry especially smartphone, has a rapid development that makes marketers should be developing the market share constantly. Being aware of this, smartphone iPhone which has a good brand image in the market really sure that smartphone iPhone can maintain its company's position in the market. Beside that, this case will influence the consumer to do repetitious purchase and become a loyal consumer. Goal from this research is to know how big the influence of brand image to the consumer's loyalty in Smartphone iPhone.

Kind of research that is used in this research is descriptive research, that used multiple linier regression statistic analysis technique and convenience sampling technique method. With sample from the respondent that has use Smartphone iPhone in Telkom University faculty Bisnis and Adsmintation.

Based on hypothesis test result partially Smartphone iPhone brand image has significant influence to the consumer's loyalty, it is proved with value based on determination coefficient test, has the result that brand image has the significant influence to consumer's loyalty, with percentage 45,6%, and the rest 54,4% has influenced by other factor, out of the brand image that not investigated in this research for example brand equity, brand trust, and other factors.

Smartphone iPhone should maintain the brand image that has formed by increasing the quality of the product so that users remain loyal and also believes that the product smartphone iphone quality and different with another.

Key Words: Smartphone, Brand Image, Consumer's loyalty