ABSTRAK

Pada era globalisasi seperti sekarang ini. Perkembangan teknologi yang sangat cepat menyebabkan persaingan dunia usaha semakin meningkat . Perkembangan teknologi yang semakin canggih berdampak pada semua aspek kehidupan termasuk komunikasi. Perkembangan teknologi komunikasi yang dapat dilihat secara nyata adalah perkembangan telepon seluler (ponsel). Jika dilihat dari jumlah penggunanya, secara tidak langsung akan berpengaruh juga terhadap perkembangan *smartphone*. Keberhasilan dalam persaingan akan tercapai apabila perusahaan dapat menciptakan dan mempertahankan pelanggannya. Perusahaan harus mempunyai produk yang mempunyai keunggulan bersaing dengan kompetitornya. Salah satuupaya yang dilakukan perusahaan antara lain dengan membentuk identitas produk melalui merek dengan bauran pemasaran yang baik. Berdasarkan hal tersebut peneliti ingin mengetahui bagaimana tanggapan pengguna Oppo *Smartphone* mengenai bauran pemasaran serta loyalitasnya terhadap Oppo *Smartphone* serta untuk mengetahui seberapa besar pengaruh bauran pemasaran terhadap loyalitas pengguna Oppo *Smartphone* baik secara simultan maupun parsial.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif denganan alisis data deskriptif dan kausal, responden yang diteliti dalam penelitian ini berjumlah 100 orang yang telah membeli dan menggunakan Oppo *Smartphone* dengan teknik purposive sampling. Data yang terkumpul dari 21 pertanyaan kuesioner ini kemudian diolah menggunakan IBM SPSS 21 dengan teknik analisis data regresi linear berganda.

Secara deskriptif, kinerja bauran pemasaaran Oppo Smartphone dan loyalitas penggunanya sudah baik. Hasil analisis regresi berganda menyimpulkan bahwa penaruh kinerja bauran pemasaran Oppo Smartphone terhadap loyalitas pengguna sebesar 73,0% sedangkan sisanya sebesar 27,0% merupakan faktor-faktor lain diluar variabel bauran pemasaran yang tidak diformulasikan oleh peneliti.

Kata Kunci :Bauran Pemasaran, Loyalitas