

ABSTRAK

Perkembangan *smartphone* sebagai bagian dari teknologi sangatlah pesat. Dengan segala fungsinya aktivitas manusia selalu ditunjang dengan *smartphone*. Salah satu merek *smartphone* yang banyak dikenal adalah merek iPhone. Namun berdasarkan data penjualan *smartphone* merek iPhone terus mengalami penurunan. Penurunan tersebut dapat disebabkan oleh komunikasi merek, citra merek, kepercayaan merek, dan loyalitas merek terhadap merek iPhone.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kausal dengan jenis pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini merupakan para pengguna *smartphone* iPhone di Indonesia, berdasarkan teknik sampling purposive, maka diperoleh bahwa sampel yang digunakan sebanyak 400 orang pengguna *smartphone* iPhone. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan metode analisis *Structural Equation Modeling* (SEM) yang berbasis varians yaitu *Partial Least Square* (PLS).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikasi merek berpengaruh signifikan terhadap citra merek, komunikasi merek berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan terhadap merek, citra merek berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan terhadap merek dan kepercayaan terhadap merek berpengaruh signifikan terhadap loyalitas merek.

Kata kunci: Citra Merek, iPhone, Kepercayaan Merek, Komunikasi Merek, Loyalitas Merek, *Structural Equation Modeling* (SEM).