

ABSTRAK

Persaingan industri elektronik khususnya *smartphone* saat ini mengalami perkembangan cukup pesat. Perusahaan menggunakan berbagai strategi dan inovasi untuk membuat para Pelanggan loyal terhadap produknya. Salah satu *smartphone* yang dikenal adalah iPhone. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh citra merek, kualitas produk, dan harga terhadap loyalitas pelanggan Apple iPhone di Indonesia.

Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis bagaimana citra merek, kualitas produk, dan harga yang diberikan Apple kepada pelanggannya, serta besarnya pengaruh citra merek, kualitas produk, dan harga secara simultan dan parsial terhadap loyalitas pelanggan Apple iPhone di Indonesia. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif dan kausal. Pengambilan sampel dilakukan dengan metode *non probability sampling* jenis *Purposive Sampling*, dengan jumlah responden sebanyak 226 orang. Teknik analisis data menggunakan analisis deskriptif dan analisis regresi linier berganda.

Berdasarkan hasil analisis deskriptif variabel citra merek, dan kualitas produk secara keseluruhan berada dalam kategori Sangat baik tetapi variabel Harga, dan loyalitas Pelanggan secara keseluruhan berada dalam kategori Baik. Hasil teknik analisis regresi linier berganda citra merek, kualitas produk, dan harga secara simultan berpengaruh positif terhadap loyalitas Pelanggan Apple iPhone di Indonesia. Besarnya pengaruh citra merek, kualitas produk, dan harga secara bersama-sama sebesar 53,1% terhadap loyalitas pelanggan dan sisanya 46,9% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Secara parsial citra merek, kualitas produk, dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas Pelanggan. Besarnya pengaruh paling tinggi yaitu harga, diikuti variabel citra merek dan pengaruh paling rendah yaitu kualitas produk.

Kata Kunci : Citra Merek, Kualitas Produk, Harga, Dan Loyalitas Pelanggan.