

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas merek pada produk handphone merek iphone dengan kepuasan pelanggan dan kualitas produk sebagai variabel intervening pada pengguna handphone merek iphone di kota Semarang. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitas layanan sebagai variabel independen, kemudian kepuasan pelanggan dan kualitas produk sebagai variabel intervening dan loyalitas merek sebagai variabel dependen.

Sampel dalam penelitian ini sebanyak 158 responden pengguna iphone di kota Semarang. Metode yang digunakan adalah Aksidental Sampling dengan menyebarkan kuesioner kepada responden. Dalam penelitian ini dikembangkan suatu model teoritis dengan mengajukan lima hipotesis yang akan diuji menggunakan alat analisis *Structural Equation Modelling* (SEM) yang dioperasikan melalui program AMOS 22.0.

Berdasarkan hasil dari pengolahan SEM untuk model penuh telah memenuhi kriteria *goodness of fit* sebagai berikut: chi-square = 56,858; probability = 0,206; RMSEA = 0,032; CMIN/DF = 1,160; GFI = 0,946; AGFI = 0,914; TLI = 0,988; CFI = 0,991. Dengan hasil yang demikian dapat dikatakan bahwa model ini layak untuk digunakan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa loyalitas merek dapat ditingkatkan dengan meningkatkan kualitas produk yang mempengaruhi kepuasan pelanggan sebagai penentu keberhasilan meningkatkan loyalitas merek.

Kata kunci: kualitas layanan, kepuasan pelanggan, kualitas produk, loyalitas merek