

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas merek pada konsumen pengguna iPhone yang berdomisili di Semarang, dengan menggunakan variabel nilai merek, kepuasan merek, kepercayaan merek, dan loyalitas merek diharapkan dapat menjadi strategi bagi perusahaan untuk mendapatkan loyalitas pelanggan.

Dalam menganalisis data pada penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode analisis model persamaan struktural (SEM) dengan menggunakan *software* AMOS pada 159 klien yang telah ditentukan untuk menjadi responden penelitian melalui teknik *non probability sampling*.

Penelitian ini terdiri dari enam hipotesis yang diajukan, hasil penelitian membuktikan bahwa ke enam hipotesis semua diterima dan terbukti memiliki pengaruh yang positif yang signifikan terhadap hubungan: 1) brand value dengan brand satisfaction, 2) brand value dengan brand trust, 3) brand satisfaction dengan brand trust, 4) brand value dengan brand loyalty 5) brand satisfaction dengan brand loyalty dan 6) brand trust dengan brand loyalty. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan untuk perusahaan guna menyusun strategi untuk mendapatkan loyalitas dari pelanggan.

Kata Kunci: Loyalitas Merek, Kepuasan Merek, Nilai Merek, Kepercayaan