

## ABSTRAK

Industri teknologi informasi dan komunikasi menarik intensi dari para pelanggan sehingga peluang bagi perusahaan teknologi untuk mengenalkan produknya semakin banyak seiring dengan perkembangan jaman. Persaingan dalam industri telepon genggam atau *handphone* menjadi salah satu contoh dari persaingan ketat antar industri. iPhone merupakan produk keluaran perusahaan Apple yang bersaing di dalam industri *handphone*.

Penelitian ini mempunyai tujuan untuk mengidentifikasi pengaruh persepsi kualitas, citra merek dan pengalaman merek terhadap loyalitas pelanggan dengan ekuitas merek sebagai variabel intervening. Data primer menjadi pilihan sumber data yang digunakan pada penelitian ini dan teknik pengambilan sampel yang dipilih adalah *nonprobability sampling*. 121 responden diperoleh dengan menggunakan *accidental sampling*. *Structural Equation Modeling* (SEM) digunakan untuk menguji hipotesis yang telah ditentukan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi kualitas berpengaruh positif terhadap ekuitas merek; citra merek berpengaruh negatif terhadap ekuitas merek; pengalaman merek berpengaruh negatif terhadap ekuitas merek; ekuitas merek berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan.

Kata Kunci: Persepsi Kualitas, Citra Merek, Pengalaman Merek, Ekuitas Merek, Loyalitas Pelanggan, SEM, AMOS.