

## INTISARI

Persaingan bisnis dalam bidang teknologi seperti gadget saat ini mengalami perkembangan yang cukup ketat. Dalam sebuah pasar yang kompetitif, pertempuran tidak hanya terletak pada tarif dan produk namun juga pada persepsi konsumen. Salah satu merek smartphone yang memiliki branded yang bagus adalah iPhone yang diproduksi oleh perusahaan Apple. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh persepsi kualitas, citra merek dan persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas merek serta menguji pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas merek Iphone di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa UMY yang menggunakan iPhone di Yogyakarta. Metode pengambilan sampel menggunakan metode *judgemental sampling* yaitu teknik pengambilan sampel berdasarkan kriteria tertentu, yaitu mahasiswa aktif UMY tahun ajaran 2018/2019, pengguna iPhone dan telah menggunakan iPhone lebih dari 6 bulan, dengan jumlah responden sebanyak 210 responden. Metode analisis data meliputi Analisis Deskriptif, dan Analisis Kuantitatif dengan teknik analisis *Structural Equation Modeling* dengan program AMOS 21.

Hasil penelitian menemukan bahwa ada pengaruh positif dan signifikan persepsi kualitas terhadap kepuasan pelanggan, ada pengaruh positif dan signifikan citra merek (*brand image*) terhadap kepuasan pelanggan, ada pengaruh positif dan signifikan persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan, ada pengaruh positif dan signifikan kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan, ada pengaruh positif dan signifikan citra merek (*brand image*) terhadap loyalitas pelanggan, ada pengaruh positif dan signifikan persepsi harga terhadap loyalitas pelanggan dan ada pengaruh yang signifikan secara parsial variabel kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada produk Smartphone Iphone.

Kata Kunci : persepsi kualitas, citra merek, persepsi harga, kepuasan, loyalitas pelanggan

## **ABSTRACT**

*Business competition in the field of technology such as gadgets is currently experiencing a fairly tight development. In a competitive market, fighting lies not only in tariffs and products but also in consumer perceptions. One brand of smartphone that has a good brand is the iPhone produced by the Apple company. This study aims to examine the effect of perceived quality, brand image and price perception on customer satisfaction and brand loyalty and test the effect of customer satisfaction on the loyalty of Iphone brands at Muhammadiyah University of Yogyakarta.*

*The population used in this study were all UMY students who used iPhones in Yogyakarta. While the retrieval method uses judgemental sampling method, sampling techniques are based on certain criteria, namely UMY active students in the 2018/2019 academic year, iPhone users and have used the iPhone for more than 6 months, with 210 respondents as respondents. Data analysis methods include Descriptive Analysis, and Quantitative Analysis with Structural Equation Modeling analysis techniques with AMOS 21 programs.*

*The results of the study found that there was a positive and significant effect of perceived quality on customer satisfaction, there was a positive and significant influence of brand image on customer satisfaction, there was a positive and significant influence of price perception on customer satisfaction, there positive and significant influence of product quality on customer loyalty, there is a positive and significant influence of brand image on customer loyalty, there is a positive and significant influence of price perception on customer loyalty and there is a significant influence partially on customer satisfaction variables on customer loyalty on Iphone Smartphone products.*

*Keywords: perception of quality, brand image, perceived price, satisfaction, customer loyalty*