

ABSTRAK

PENGARUH PERSEPSI KUALITAS, *BRAND IMAGE* DAN *BRAND TRUST* TERHADAP *BRAND LOYALTY* (Studi pada Konsumen Pengguna iPhone di Bandar Lampung)

Oleh

LUCIANA OKTARIANI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi kualitas, *brand image* dan *brand trust* terhadap *brand loyalty* konsumen pengguna iPhone. Banyaknya pengguna smartphone membuat persaingan semakin ketat sehingga semakin banyak pesaing yang memproduksi dan menjual smartphone sehingga banyak persaingan-persaingan di bidang produksi dan penjualan smartphone dengan bermacam-macam merek yang beredar saat ini yg membuat konsumen memiliki keterkaitan pada sebuah merek. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh persepsi kualitas, *brand image* dan *brand trust* terhadap *brand loyalty* konsumen pengguna iPhone di Bandar Lampung. Jenis penelitian yang di gunakan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian *explanatory research* dengan pendekatan kuantitatif. Metode pengambilan data dengan teknik *probability sampling*, dengan menggunakan metode *purposive sampling*. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen pengguna iPhone di Bandar Lampung . Sampel penelitian ini berjumlah 100 orang. Instrumen pengumpulan data menggunakan kuesioner yang dinilai dengan skala Likert yang masing - masing sudah di uji coba menggunakan SPSS dan telah memenuhi syarat validitas dan reliabilitas. Analisis data dilakukan dengan menggunakan regresi linier berganda. Hasil analisis regresi linier berganda menunjukkan bahwa variabel pengaruh persepsi kualitas, *brand image* dan *brand trust* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *brand loyalty* pada konsumen pengguna iPhone di Bandar Lampung.

Kata kunci : Persepsi Kualitas, *Brand Image*, *Brand Trust*, *Brand Loyalty*

ABSTRACT

EFFECT OF QUALITY PERCEPTION, BRAND IMAGE AND BRAND TRUST AGAINST LOYALTY BRAND

(Study on Consumer iPhone Users in Bandar Lampung)

By

LUCIANA OKTARIANI

This study aims to determine the effect of perceived quality, brand image and brand trust on consumer brand loyalty for iPhone users. The number of smartphone users makes competition even tighter so that more competitors are producing and selling smartphones so that there are many competitors in the field of smartphone production and sales with a variety of brands currently circulating that make consumers have a connection to a brand. This study aims to examine the effect of perceived quality, brand image and brand trust on consumer brand loyalty for iPhone users in Bandar Lampung. The type of research used in this study is a type of explanatory research with a quantitative approach. Data retrieval method with probability sampling technique, using purposive sampling method. The population in this study were consumers of iPhone users in Bandar Lampung. The sample of this study amounted to 100 people. Data collection instruments used questionnaires that were assessed with a Likert scale, each of which had been tested using SPSS and had fulfilled the requirements of validity and reliability. Data analysis was carried out using multiple linear regression. The results of multiple linear regression analysis show that the variable influence on perceived quality, brand image and brand trust have a significant influence on brand loyalty on consumers of iPhone users in Bandar Lampung..

Keywords: *Quality Perception, Brand Image, Brand Trust, Brand Loyalty*