

## ABSTRAK

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang semakin pesat menyebabkan perubahan signifikan terhadap kehidupan masyarakat terutama dalam hal berkomunikasi. Kebutuhan masyarakat di era globalisasi ini dalam bentuk *smartphone* menjadi tinggi karena teknologi yang terus mengalami perkembangan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Brand Image*, *Brand Experience*, *Brand Trust*, dan *Brand Satisfaction* terhadap *Brand Loyalty smartphone* Iphone. Dalam penelitian ini populasi yang diteliti adalah seluruh orang yang membeli dan menggunakan *smartphone* Iphone. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 195 orang dengan menggunakan teknik purposive sampling. Data tersebut kemudian diolah dengan menggunakan metode *Structural Equation Model* (SEM) Lisrel. berdasarkan hasil pengujian diketahui bahwa *Brand Trust* dapat dipengaruhi oleh *Brand Image* dan *Brand Experience*, kemudian *Brand Satisfaction* terbukti dapat dipengaruhi oleh *Brand Image* dan *Brand Experience*, selain itu diketahui bahwa *Brand Satisfaction* berpengaruh positif terhadap *Brand Loyalty*.

**Kata Kunci:** *Brand Image*, *Brand Experience*, *Brand Trust*, *Brand Satisfaction*, *Brand Loyalty*