

Analisis Pengaruh Citra Merek (*Brand Image*) Terhadap Loyalitas Konsumen *Apple Iphone*

Abstraksi

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh citra merek (brand image) terhadap loyalitas konsumen *apple iphone*. Populasi dalam penelitian ini adalah orang yang membeli dan menggunakan *apple iphone*. Jumlah sampel yang digunakan adalah dengan menggunakan *Quota Sampling* yaitu sebesar 100 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Purposive Sampling* dengan kriteria yaitu calon responden merupakan mahasiswa universitas esa unggul, telah membeli dan menggunakan *apple iphone*. Metode penelitian yang digunakan untuk mengetahui pengaruh antara citra merek (*brand image*) terhadap loyalitas konsumen adalah metode analisis regresi linear sederhana. diperoleh hasil dimana koefisien korelasi menunjukkan bahwa hubungan antara konstruk variabel independen (citra merek) dan variabel dependen (loyalitas konsumen) adalah kuat. Kemudian nilai koefisien determinasi pada model summary Angka menunjukkan bahwa loyalitas pelanggan dipengaruhi oleh variabel citra merek. Sedangkan nilai residu regresi linear sederhana di jelaskan loyalitas pelanggan dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar variabel citra merek.

Kata kunci : Citra Merek, dan Loyalitas Konsumen

Analyze the influence of brand image on customer loyalty

Abstract

This research aims to determine the effect of brand image on consumer loyalty apple iphone. The population in this research are those who buy and use the apple iphone. The number of samples used is to use the Quota sampling of 100 respondents. The sampling technique used in this research is purposive sampling with criteria that prospective respondents were esa unggul university students, have bought and used apple iphone. The method used to determine the effect of brand image on consumer loyalty is a simple linear regression analysis method. where the correlation coefficient obtained results show that the relationship between the independent variable constructs (brand image) and the dependent variable (customer loyalty) is strong. Then the coefficient of determination on the model summary figures indicate that customer loyalty is influenced by brand image variables. While the residual value of the simple linear regression explained customer loyalty is influenced by factors other than the variable of brand image.

Keywords: Brand Image and Consumer Loyalty