

PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK DAN KEPERCAYAAN MEREK TERHADAP LOYALITAS MEREK DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI MEDIASI (STUDI PADA MEREK APPLE)

Title	PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK DAN KEPERCAYAAN MEREK TERHADAP LOYALITAS MEREK DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI MEDIASI (STUDI PADA MEREK APPLE)
Author Order	3 of 3
Accreditation	4
Abstract	<p>This research was conducted to find out in depth the relationship of customer satisfaction which is influenced by product quality, brand image and brand trust on brand loyalty among Apple users in Indonesia. This study uses a quantitative study using the method of distributing questionnaires through Google Form with a minimum sample size of 160 respondents for 1 month collection by obtaining a sample of 420 respondents and all data processed using the structural equation model (SEM) method using the AMOS version 26 program. Based on the results data processing, the results obtained that product quality has a positive and significant effect on customer satisfaction, product quality has a positive and significant influence on brand loyalty, the effect of brand image has a positive and significant influence on customer satisfaction, brand image has a positive and significant influence on brand loyalty, brand image has a positive and significant effect on customer satisfaction, brand image has a positive and significant influence on brand loyalty, customer satisfaction is able to mediate significantly between product quality and brand loyalty, customer satisfaction is able to significantly mediate between brand image and brand loyalty, customer satisfaction is able to significantly mediate between brand trust and brand loyalty. From these results, it can be interpreted that if the customer is satisfied with the Apple merek which is influenced by the good quality of its products, a strong brand image and the customer will believe in the Apple brand, the customer will be loyal to the Apple brand.</p> <p>Abstrak dalam Bahasa Indonesia. Penelitian ini dilakukan guna mengetahui secara mendalam hubungan kepuasan pelanggan yang di pengaruhi oleh kualitas produk, citra merek dan kepercayaan merek terhadap loyalitas merek pada pengguna Apple di Indonesia. Penelitian ini menggunakan studi kuantitatif dengan menggunakan metode penyebaran kuesioner melalui Google Form dengan jumlah sampel minimal 160 responden pengumpulan 1 bulan dengan mendapatkan jumlah sampe 420 responden dan seluruh data diolah dengan menggunakan metode structural equation model (SEM) dengan menggunakan program AMOS versi 26 dikarenakan SEM bertujuan untuk menguji hubungan antar variabel yang ada pada sebuah model. Berdasarkan hasil pengolahan data, di peroleh hasil bahwa kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas merek, pengaruh citra merek memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, citra merek memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas merek, kepercayaan merek memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, kepercayaan merek memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas merek, kepuasan pelanggan mampu memediasi secara signifikan antara kualitas produk terhadap loyalitas merek, kepuasan pelanggan mampu memediasi secara signifikan antara citra merek terhadap loyalitas merek, kepuasan pelanggan mampu memediasi secara signifikan antara kepercayaan merek terhadap loyalitas merek. Dari hasil ini, dapat diartikan apabila customer puas terhadap merek Apple yang dipengaruhi oleh kualitas produknya yang bagus, citra merek yang kuat dan customer akan percaya terhadap merek Apple maka customer akan loyal terhadap merek Apple.</p>
Publisher Name	Universitas Pelita Harapan
Publish Date	2022-10-04
Publish Year	2022
Doi	DOI: 10.19166/derema.v17i2.5569
Citation	
Source	DeReMa (Development Research of Management): Jurnal Manajemen
Source Issue	Vol 17, No 2 (2022): September
Source Page	205-222

Url	http://ojs.uph.edu/index.php/DJM/article/view/5569/pdf
Author	Dr SULISTYANDARI, S.H., M.Hum