**LAPORAN HASIL PENELITIAN**

**Diajukan Kepada**

**Lembaga Penelitian**

**Universitas 17 Agustus 1945 (UNTAG) Semarang**



**JUDUL :**

**PENGARUH CITRA MEREK DAN KEPERCAYAAN MEREK TERHADAP LOYALITAS MEREK**

**( STUDI PADA PENGGUNA *SMARTPHONE* IPHONE MAHASISWA UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SEMARANG)**

**Tim Peneliti :**

Nadia Dwi Irmadiani, S.AB, M.Si NIDN : 0609078802 Ketua

Alifta Ridhani NPM : 211003632110401 Anggota

Anggun Yani Rahmawati NPM : 11003632110405 Anggota

Indri Ari Andini Roszi NPM : 211003632110398 Anggota

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

**UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SEMARANG**

**2024**

**ABSTRAK**

Salah satu merek *smartphone* yang banyak dikenal yaitu merek *smartphone* iPhone. Tingkat penjualan *smartphone* iPhone terbilang cukup tinggi dan berdasarkan pra survey yang dilakukan peneliti, mahasiswa setuju untuk menggunakan merek *smartphone* iPhone namun hal ini tidak menjamin iPhone menjadi merek terlaris di Indonesia. Berdasarkan *Top Brand Award index 2024* *smartphone* merek iPhone berada di peringkat tiga. Oleh karena itu penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh citra merek, dan kepercayaan merek terhadap loyalitas merek pada pengguna *Smartphon*e iPhone mahasiswa Universitas 17 Agustus 1945 Semarang. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode explanatory dengan jenis pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini merupakan para pengguna smartphone iPhone yang merupakan mahasiswa aktif dan minimal penggunaan iPhone1 tahun di Universitas 17 Agustus 1945 Semarang. Berdasarkan teknik non random sampling dengan metode purposive sampling, maka diperoleh bahwa sampel yang digunakan sebanyak 30 responden. Sumber data pada penelitian ini adalah data primer dan data skunder. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah Teknik wawancara, observasi, kuesioner, dokumenter dan studi pustaka. Hasil dari penelitian yang dilakukan dari pengaruh citra merek terhadap kepercayaan merek sebesar 0,337 dinyatakan positif dan DITOLAK, pengaruh kepercayaan merek terhadap loyalitas merek sebesar 0,617 dinyatakan positif atau DITERIMA, pengaruh citra merek dan kepercayaan merek terhadap loyalitas merek sebesar 0,17 dinyatakan positif DITERIMA maka hal ini menandakan bahwa citra merek dan kepercayaan merek memiliki pengaruh. terhadap loyalitas merek Smartphone iPhone pada mahasiswa universitas 17 Agustus 1945 Semarang.

***Kata Kunci :*** *citra merek, kepercayan merek dan loyalitas merek*