

***THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY, PRODUCT
INNOVATION, AND BRAND TRUST ON CUSTOMER LOYALTY
AMONG IPHONE USERS***

By Najla Aura Khansa

Abstract

This study focuses to analyze, understand, and prove the influence of independent variables, namely Product Quality, Product Innovation, and Brand Trust, on the dependent variable, which is Customer Loyalty. A quantitative research method was employed in this study, utilizing descriptive analysis techniques to explain the characteristics of the sample and inferential analysis techniques with the assistance of SmartPLS version 4.1.0 software. The population in this study consists of iPhone users active in South Jakarta, with a total sample of 100 respondents. The method employed for sampling was non-probability sampling, particularly purposive sampling. Data was collected using questionnaires distributed via Google Forms. The study's findings reveal that (1) product quality has a positive and significant impact on customer loyalty, (2) product innovation does not have a significant impact on customer loyalty, and (3) brand trust has a positive and significant impact on customer loyalty. These findings provide a comprehensive understanding of the factors that influence customer loyalty in the context of product innovation, product quality, and brand trust among iPhone users. The findings of this research may act as a reference for Apple and other smartphone industries to design strategies aimed at enhancing and maintaining customer loyalty.

Keywords : *product quality; product innovation; brand trust; customer loyalty; smartphone iPhone.*

PENGARUH KUALITAS PRODUK, INOVASI PRODUK, DAN KEPERCAYAAN MEREK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PENGGUNA IPHONE

Oleh Najla Aura Khansa

Abstrak

Penelitian yang dijalankan mempunyai tujuan untuk menganalisis, memahami, dan membuktikan dampak dari variabel bebas yaitu Kualitas Produk, Inovasi Produk, dan Kepercayaan Merek terhadap variabel terikat yaitu Loyalitas Pelanggan. Penelitian kuantitatif menjadi metode yang dimanfaatkan dalam studi ini dengan teknik analisis deskriptif dimanfaatkan dalam studi ini guna memberikan penjelasan mengenai karakteristik dari sampel serta teknik analisis inferensial juga dimanfaatkan dalam studi ini dengan memanfaatkan bantuan perangkat lunak (*software*) SmartPLS versi 4.1.0. Populasi dalam studi ini merupakan pengguna iPhone yang beraktivitas di wilayah Jakarta Selatan dengan sebanyak 100 responden menjadi jumlah sampel dalam studi ini. Teknik *non-probability sampling* yaitu *purposive sampling* dimanfaatkan dalam pengambilan sampel penelitian ini. Kuesioner dalam studi ini menjadi teknik dalam menggumpulkan data-data yang disebarluaskan melalui *Google Form*. Hasil temuan penelitian ini (1) kualitas produk berdampak positif dan signifikan kepada loyalitas pelanggan, (2) inovasi produk tidak berdampak dan signifikan kepada loyalitas pelanggan, dan (3) kepercayaan merek berdampak positif signifikan kepada loyalitas pelanggan. Temuan yang dihasilkan dalam studi ini bisa memberikan pengetahuan secara komprehensif mengenai hal-hal yang dapat menjadi faktor pengaruh loyalitas pelanggan dalam konteks kualitas produk, inovasi produk, dan kepercayaan merek pada pengguna iPhone. Hasil temuan dalam studi ini bisa dijadikan acuan bagi pihak Apple dan industri *smartphone* lainnya untuk menyusun strategi guna meningkatkan dan mempertahankan loyalitas pelanggan.

Kata kunci : kualitas produk; inovasi produk; kepercayaan merek; loyalitas pelanggan; *smartphone* iPhone.