

**PENGARUH HARGA, CITRA MEREK, DAN KEPERCAYAAN TERHADAP
LOYALITAS SMARTPHONE XIAOMI
(Pada Mahasiswa Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta Pengguna
Smartphone Xiaomi)**

Rido Aziz Fahmi
141140530

Mahasiswa Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN “Veteran” Yogyakarta
ridoazizfahmi4@gmail.com
082144742617

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh harga, citra merek, dan kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan pengguna *Smartphone Xiaomi* di Yogyakarta. Populasi penelitian ini adalah Mahasiswa Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta yang menggunakan *Smartphone Xiaomi*. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *non probability sampling* dengan kriteria yang telah ditentukan diperoleh sebanyak 110 responden. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yaitu berupa kuesioner dan data sekunder berupa data penjualan pada perusahaan *Smartphone Xiaomi*. Pengolahan data kuesioner menggunakan *software SPSS* versi 16.0. Teknik analisis data menggunakan uji regresi berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial dengan uji t nilai signifikansi (Sig.t) untuk harga, citra merek, dan kepercayaan secara berturut-turut sebesar 0,034, 0,028, 0,000. Sehingga dari nilai Sig.t tersebut menunjukkan bahwa variabel harga, citra merek, dan kepercayaan berpengaruh dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pengguna *Smartphone Xiaomi* pada Mahasiswa Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta.

Kata kunci: harga, citra merek, kepercayaan, loyalitas pelanggan, *smartphone xiaomi*