

**PENGARUH *PRODUCT QUALITY* DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP  
*BRAND LOYALTY***

**(Studi Pada Mahasiswa Pengguna *Smartphone* Merek Apple di Yogyakarta)**

Wahyu Aji Pamungkas

NIM 141200029

Mahasiswa Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN “Veteran” Yogyakarta

[wahyu.aji.pamungkas15@gmail.com](mailto:wahyu.aji.pamungkas15@gmail.com)

**ABSTRAK**

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *product quality* dan *brand image* terhadap *brand loyalty* pada mahasiswa pengguna *smartphone* merek Apple di Yogyakarta. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Data diperoleh melalui kuesioner menggunakan *google form* sebagai pengumpulan data, dengan jumlah responden sebanyak 100 orang. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa pengguna *smartphone* merek Apple di Yogyakarta. Teknik *sampling* yang digunakan adalah *purposive sampling*. Untuk menganalisis data yang telah terkumpul menggunakan analisis regresi linier berganda dengan bantuan *software* SPSS versi 25. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: 1) *product quality* berpengaruh signifikan terhadap *brand loyalty*, 2) *brand image* berpengaruh signifikan terhadap *brand loyalty*, 3) *product quality* dan *brand image* berpengaruh signifikan terhadap *brand loyalty*.

Kata Kunci: *brand image*; *brand loyalty*; *product quality*