

## ABSTRAK

Berbagai macam *brand* elektronik di Indonesia membuat persaingan antar *brand* elektronik semakin ketat. Persaingan itu dilakukan dengan saling menonjolkan kelebihan-kelebihan yang dimiliki oleh *brand* yang saling bersaing dengan tujuan untuk memikat hati konsumen baru dan *customer* loyal untuk terus setia terhadap *brand* elektronik tersebut. Akan tetapi, banyaknya *brand* elektronik yang beredar saat ini tidak akan membuat pelanggan eStore (*Apple Authorised Reseller*) Yogyakarta beralih ke *brand* elektronik yang lain. *Brand Relationship* merupakan strategi brand relationship yang digunakan eStore (*Apple Authorised Reseller*) Yogyakarta yaitu dengan untuk memikat hati para konsumen dan juga customer. Penurunan harga bukanlah strategi utama yang dilakukan eStore (*Apple Authorised Reseller*) Yogyakarta dalam menghadapi persaingan antar *brand* elektronik yang sedang terjadi saat ini. Peningkatan kualitas pelayanan dengan selalu memberikan nilai lebih untuk customer, selalu mengedukasi, berusaha meluruskan isu-isu yang berkaitan dengan produk-produk *Apple*, selalu memberikan informasi serta menjalankan SOP penjualan merupakan strategi *brand relationship* yang dilakukan eStore (*Apple Authorised Reseller*) Yogyakarta dalam menjaga loyalitas pelanggan. Uji Validitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah Triangulasi Sumber, bersumber dari Store Supervisor eStore (*Apple Authorised Reseller*) Yogyakarta, Pelanggan yang sudah loyal, serta konsumen eStore (*Apple Authorised Reseller*) Yogyakarta. Secara keseluruhan, eStore (*Apple Authorised Reseller*) Yogyakarta sudah cukup berhasil dalam membangun loyalitas pelanggan. Strategi *brand relationship* yang telah dijalankan eStore (*Apple Authorised Reseller*) Yogyakarta terbukti cukup sberhasil dalam menjaga loyalitas dari pelanggan, hal tersebut dapat dibuktikan dengan keinginan pelanggan untuk kembali membeli produk *Apple* di *outlet* eStore (*Apple Authorised Reseller*) Yogyakarta.

Kata kunci : *brand*, *brand relationship*, loyalitas pelanggan

## ABSTRACT

Many electronic brands in Indonesia makes a competition between themselves. The competition is made by conducted with each highlight advantages possessed by competing brand to attract new customers or making the old one having a faith to the brand. Even, there are many electronic brands in public, the loyal customer will always be loyal to eStore (*Apple Authorised Reseller*) Yogyakarta. Brand Relationship is a strategy which is used by eStore (*Apple Authorised Reseller*) Yogyakarta to catch customer's heart. eStore (*Apple Authorised Reseller*) Yogyakarta make a good service face the competition wiht always giving more value for the customer, always educate, trying to straighten out the issues related to Apple products, always give information as well as running the previous SOP instead of decreasing the product's price. The validity test in this research uses Triangle Source. The source is collected from Store Supervisor of eStore (*Apple Authorised Reseller*) Yogyakarta and their customers, the loyal and the new one. eStore (*Apple Authorised Reseller*) Yogyakarta has successes for making the loyalty of customers. It can be known by seeing customer's demands to re-purchase Apple's product at eStore (*Apple Authorised Reseller*) Yogyakarta outlet.

Key word : brand, brand relationship, customer loyalty