

## ABSTRAK

Meski memiliki pertumbuhan positif, Apple belum mampu mengungguli sepenuhnya pesaing smartphone Android yang masih mendominasi pasar smartphone di Indonesia. Hasil riset CIRP di tahun 2021 menunjukkan bahwa loyalitas pengguna iPhone mencapai angka 93 persen. Survei Jakpat mengidentifikasi tujuh dari sepuluh alasan utama pengguna iPhone yang loyal berkaitan dengan kualitas produk. Meski demikian, kualitas produk iPhone masih perlu ditingkatkan, survei LocalCircles menunjukkan bahwa sejumlah pemilik iPhone mengalami masalah, seperti pengosongan baterai yang cepat dan kerusakan tampilan serta biaya layanan dan perbaikan dianggap tidak terjangkau.

Penilaian pelanggan terhadap produk dipengaruhi oleh beberapa faktor, termasuk jenis hubungan loyalitas dengan merek serta efek asimetris antara kualitas produk dan harapan kepuasan pelanggan. Walaupun sekitar 72% pengguna iPhone menyatakan puas, masih terdapat aspek-aspek tertentu yang masih dapat ditingkatkan dalam kualitas produk iPhone dengan harapannya adalah perbaikan ini memperkuat posisi Apple di pasar yang masih didominasi Android.

Penelitian ini bertujuan untuk meneliti pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan, yang dimediasi oleh kepuasan pelanggan, pada pengguna iPhone generasi Z di Indonesia. Penelitian ini bersifat kuantitatif dan deskriptif, menggunakan teknik analisis jalur dengan sampel 100 responden generasi Z yang memenuhi kriteria pembelian iPhone minimal dua kali serta tinggal di Indonesia.

Hasil penelitian deskriptif menunjukkan bahwa kualitas produk iPhone dan loyalitas pelanggan dikategorikan sebagai Baik, sedangkan kepuasan pelanggan dikategorikan sebagai Sangat Baik. Analisis jalur menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan sebesar 5,86%, yang juga berkontribusi signifikan terhadap loyalitas pelanggan sebesar 29,4%. Secara keseluruhan, kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan sebesar 64,3%. Total pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan, yang dimediasi oleh kepuasan pelanggan, mencapai 93,3%, dengan pengaruh tidak langsung sebesar 13,1%.

**Kata kunci:** kualitas produk, kepuasan pelanggan, loyalitas pelanggan