

ABSTRAK

Salah satu fungsi inti dari smartphone adalah berkomunikasi. Perkembangan zaman membuat cara berkomunikasi manusia berubah, dari hanya berkirim kabar melalui surat, lalu berkembang menjadi berbicara langsung melalui telepon kabel, sampai saat ini, dengan menggunakan aplikasi perpesanan di smartphone. Maka dari itu, persaingan antar pengembang aplikasi perpesanan di smartphone sekarang sangatlah ketat.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah variabel independen citra merek dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap variabel dependen loyalitas pengguna Whatsapp di Yayasan Alghifari Bandung.

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif verifikatif. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Data dikumpulkan melalui studi pustaka dan kuesioner dengan teknik penentuan responden melalui *cluster proporsional random sampling* atau tipe sampling yang mempertimbangkan cluster yang berada di dalam populasi dengan jumlah sampel sebanyak 80 sampel yang merupakan karyawan di Yayasan Alghifari Bandung. Alat yang digunakan untuk melakukan analisis data adalah program SPSS Versi 24.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengaruh citra merek dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pengguna Whatsapp di Yayasan Al-Ghifari Bandung sebesar 40,8% sedangkan sisanya 59,2% dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Selanjutnya berdasarkan pengujian hipotesis secara parsial (Uji t) variabel citra merek berpengaruh positif dan signifikan dengan hasil $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,801 > 1,664$) dengan signifikansi 0,000. Variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan dengan hasil $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,772 > 1,664$) dengan signifikansi 0,000. Secara simultan (Uji F), maka didapatkan hasil yaitu secara simultan variabel citra merek dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan dengan hasil $F_{hitung} > F_{tabel}$ $75,763 > 2,37$

Kata Kunci: Citra Merek, Kualitas Pelayanan, dan Loyalitas Pengguna