

ABSTRAK

Industri teknologi dan telekomunikasi di Indonesia bertumbuh sangat pesat sejak abad ke 21, tidak hanya di Indonesia, bahkan seluruh dunia merasakan pertumbuhan teknologi yang sangat pesat. Indonesia juga merupakan salah satu negara yang hampir selalu mengikuti apa yang lagi trend di dunia berkat teknologi yang sangat membantu masyarakat sekarang ini. Salah satu alat teknologi yang sangat di gemari dan berguna bagi kalangan masyarakat di Indonesia, khususnya daerah Surabaya adalah smartphone. Smartphone adalah alat komunikasi yang sangat mengikuti perkembangan jaman. Smartphone menawarkan banyak hal yang berguna dan mempermudah penggunaanya dalam mengakses informasi lokal maupun international. Masyarakat atau pengguna smarphone hampir dapat membuat atau melakukan aktivitas hanya dengan smartphone. Salah satu smartphone yang sangat banyak digemari saat ini adalah iPhone. Sebab itu, peneliti telah merencanakan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat pembelian ulang dari pengguna iphone di Surabaya.

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengevaluasi dan menganalisa pengaruh *Repurchase Intention* melalui variable *Perceived Quality*, *Perceived Value*, *Perceived Price*, *Brand Image*, *Trust*, and *Familiarity* dari pengguna iPhone di Surabaya. Berdasarkan tujuan penelitian tersebut, maka manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah untuk menambah pengetahuan dibidang ekonomi khususnya manajemen.

Pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan dengan penyebaran kuesioner kepada responden yang sesuai dengan karakteristik sampel yang telah ditetapkan. Kuesioner disebar sebanyak 175 responden dengan karakteristik yang merupakan pengguna yang tinggal di Surabaya yang telah memiliki dan menggunakan iPhone lebih dari 3 bulan, berusia 17-65 tahun.

Kata Kunci: *Perceived Quality*, *Perceived Value*, *Perceived Price*, *Brand Image*, *Trust*, *Familiarity*, *Repurchase Intention*, *iPhone*

ABSTRACT

The technology and telecommunication industry in Indonesia has grown very rapidly since the 21st century, not only in Indonesia, but also the whole world is experiencing rapid technological growth. Indonesia also is one of the countries that often follow what is trend in the world. Thanks to technology that is very helpful to society today. One of the technological tools or devices that are very fun and useful for people in Indonesia, especially the area of Surabaya is a smartphone. Smartphone is a communication device that always up to date with all the features. Smartphones offer many useful things and make it easier for users to access local and international information. The community or smartphone users can virtually create or perform activities with just a smartphone. One of the most popular smartphones today is the iPhone. Therefore, researchers have planned to analyze the factors that influencing repurchase intention of iPhone users in Surabaya.

The purpose of this study is to evaluate and analyze the influence of Repurchase Intention through Perceived Quality, Perceived Value, Perceived Price, Brand Image, Trust, and Familiarity of iPhone users in Surabaya. Based on the purpose of the research, the expected benefit of this research is to increase knowledge in the field of economics, especially management.

Data collection in this study was conducted by distributing questionnaires to respondents in accordance with the characteristics of the sample that has been determined. Questionnaires were distributed as many as 175 respondents with characteristics who are users living in Surabaya who have owned and used the iPhone for more than 3 months, aged 17-65 years.

Keywords: Perceived Quality, Perceived Value, Perceived Price, Brand Image, Trust, Familiarity, Repurchase Intention, iPhone