

ABSTRAK

Akmal Saputra. Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian melalui Citra Merek *smartphone* iPhone. (Dibimbing oleh Hasyim).

Penelitian bertujuan untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian melalui Citra Merek konsumen iPhone. Kualitas Produk dan Harga menjadi variabel Independen, Citra Merek menjadi variabel Intervening sedangkan Keputusan Pembelian menjadi variabel dependen. Metode analisis dalam penelitian ini menggunakan Analisis Path. Alat ukur yang digunakan adalah Uji Validitas, Uji Reliabilitas dan Path. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 110 responden yang merupakan konsumen iPhone. Hasil ini menunjukkan adanya pengaruh Kualitas Produk terhadap Citra Merek, Harga terhadap Citra Merek, Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian, Harga terhadap Keputusan Pembelian, dan adanya pengaruh secara tidak langsung Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian melalui Citra Merek, selanjutnya pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian melalui Citra merek. Citra Merek memiliki kekuatan sebagai variabel Intervening.

Kata Kunci: **Kualitas Produk, Harga, Citra Merek dan Keputusan Pembelian**

ABSTRACT

Akmal Saputra. *Effect of Product Quality and Price on Purchase Decisions through iPhone Smartphone Brand Images. (Supervised by Hasyim).*

The study aims to determine the effect of Product Quality and Price on Purchase Decisions through iPhone Consumer Brand Image. Product Quality and Price become Independent variables, Brand Image becomes the Intervening variable while the Purchasing Decision becomes the dependent variable. The method of analysis in this study uses Path Analysis. The measuring instrument used is Validity Test, Reliability Test and Path. The number of samples in this study were 110 respondents who were iPhone consumers. These results indicate the influence of Product Quality on Brand Image, Price of Brand Image, Product Quality on Purchase Decisions, Prices on Purchase Decisions, and the indirect influence of Product Quality on Purchase Decisions through Brand Image, then the influence of Price on Purchase Decisions through Citra brand. Brand Image has the power as an Intervening variable.

Keywords: *Product Quality, Price, Brand Image and Purchase Decision*