# ABSTRAK

ELI KOMALASARI HEDRAH. NIM: 2061201126 “Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian iPhone (Studi Kasus Mahasiswa ITB Ahmad Dahlan Jakarta)”. Di bawah bimbingan YAYAT SUJATNA.

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian iPhone di Kalangan Mahasiswa ITB AD baik secara parsial maupun simultan. Desain penelitian ini menggunakan metode kuantitatif asosiatif, teknik pengumpulan data yang dilakukan yaitu data primer dan data sekunder dengan menyebarkan angket kuesioner. Data penelitian ini menggunakan 100 responden yang pernah membeli iPhone dengan metode Structural Equation Modelling (SEM). Metode yang digunakan yaitu non probability sampling dengan berfokus pada mahasiswa pengguna iPhone. Skala pengukuran instrumen penelitian menggunakan format Skala Likert. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan uji SEM-PLS diantaranya: uji validitas, reliabilitas, dan diagram jalur. Hasil analisis menunjukkan Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan (Ha1 diterima). Harga berpengaruh positif dan signifikan (Ha2 diterima). Citra Merek berpengaruh secara positif dan signifikan (Ha3 diterima). Dan pengaruh secara simultan antara Kualitas Produk, Harga, dan Citra Merek sebesar 0,593 (kuat). Simpulannya adalah Kualitas Produk, Harga, dan Citra Merek berpengaruh kuat secara simultan terhadap Keputusan Pembelian (Ha4 diterima).

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

**ABSTRACT**

ELI KOMALASARI HEDRAH. NIM: 2061201126 "The Influence of Product Quality, Price and Brand Image on iPhone Purchase Decisions (Case Study of ITB Student Ahmad Dahlan Jakarta)". Under the guidance of YAYAT SUJATNA.

The aim of this research is to analyze the influence of product quality, price and brand image on iPhone purchasing decisions among ITB AD students, both partially and simultaneously. This research design uses an associative quantitative method, the data collection techniques used are primary data and secondary data by distributing questionnaires. This research data uses 100 respondents who have purchased an iPhone using the Structural Equation Modeling (SEM) method. The method used is non-probability sampling with a focus on students who use iPhones. The research instrument measurement scale uses a Likert scale format. The analytical method used in this research uses the SEM-PLS test including: validity, reliability and path diagram tests. The results of the analysis show that product quality has a positive and significant effect (Ha1 is accepted). Price has a positive and significant effect (Ha2 is accepted). Brand Image has a positive and significant effect (Ha3 is accepted). And the simultaneous influence between Product Quality, Price and Brand Image is 0.593 (strong). The conclusion is that product quality, price and brand image simultaneously have a strong influence on purchasing decisions (Ha4 is accepted).

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