

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh Harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian melalui Citra Merek pada *Smartphone* Merek iPhone. harga merupakan nilai yang diberikan produsen untuk mendapatkan keuntungan dalam mendapatkan dan menggunakan suatu produk atau jasa. Konsep dari harga yaitu uang yang dijadikan sebagai alat tukar untuk mendapatkan produk yang diinginkan sedangkan kualitas produk merupakan tentang seberapa baik suatu produk dapat menjawab harapan konsumen.

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan metode pendekatan deskriptif. Populasi penelitian adalah mahasiswa/i yang sedang menggunakan atau yang pernah menggunakan *smartphone* merek iPhone. Proses pengambilan sampel menggunakan metode *non probability sampling* yaitu metode pemilihan sampel dengan tidak memberikan peluang atau kesempatan yang sama kepada setiap anggota populasi. Teknik pengumpulan data dengan cara menyebarkan kuesioner dengan menggunakan *google form* yang disebarluaskan secara online melalui *link*. Berdasarkan metode *Lamashow* didapatkan sampel sebanyak 97 responden. Teknik analisa data dilakukan dengan menggunakan PLS (Partial Least Square) dengan bantuan perangkat lunak SmartPLS 3.0 untuk menguji hubungan antar variabel dalam model *struktural*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga berpengaruh negatif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Selain itu, kualitas produk juga memberikan pengaruh positif namun tidak signifikan terhadap keputusan pembelian, melalui citra merek yang memperkuat hubungan tersebut. Citra Merek sendiri terbukti secara langsung mempengaruhi keputusan pembelian secara signifikan.

Kata Kunci : Harga, Kualitas Produk, Citra Merek, Keputusan Pembelian, Smartphone Merek Iphone

ABSTRACT

This study examines the effect of price and product quality on purchasing decisions through the brand image of the iPhone. Price is a value given by the producer to gain profits from getting and using the products or services. Furthermore, the concept of price is that money becomes an exchange tool to raise the desired products. Meanwhile, product quality reflects how good the product can fulfill consumers' expectations.

The study applies quantitatively, with a descriptive approach. Moreover, the population consists of students who have used or have ever used an iPhone. The data collection technique used was non-probability sampling, in which the opportunities or changes were not given equally to each member of the population. Additionally, the instrument in the data collection technique was a questionnaire. The questionnaires were distributed online through a Google Forms link. In line with that, 97 respondents were taken as samples with Lameshow. In addition, the data analysis technique used was PLS (Partial Least Squares) with SmartPLS 3.0 to examine the relationship among variables in the structural model.

The result shows that price has a negative and significant effect on purchasing decisions. However, product quality has a positive but insignificant effect on purchasing decisions through brand image that strengthens that relationship. Brand image itself is proven to directly affect purchasing decisions significantly.

Keywords: price, product quality, brand image, purchasing decisions, and iPhone.

I certify that this translation is true and accurate. Prepared by a professional translator. This translation is provided on this day 6/8/25
M. Falaq, S.Pd
STRESIA Language Center
Jalan Pahlawan 20 Surabaya 60118, Indonesia