

ABSTRAK

Fajri Maulana 1188020064 “Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone Iphone* (Studi pada pengguna *Smartphone Iphone* di Kota Bandung)”

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui adanya pengaruh secara parsial maupun secara simultan dari Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone Iphone* pada pengguna *iphone* di wilayah Kota Bandung. Metode penelitian yang digunakan yaitu metode penelitian deskriptif dan verifikatif dengan pendekatan kuantitatif.

Pengambilan sampel dilakukan menggunakan teknik non probability sampling dengan teknik purposive sampling (yaitu berdasarkan kriteria yang ditetapkan peneliti yaitu pernah membeli produk *smartphone iphone*, mengetahui tentang produk *smartphone iphone* dan pernah atau sedang menggunakan produk *smartphone iphone*). Untuk menentukan jumlah sampel yang diteliti, menggunakan saran menurut Roscoe (1982) dalam Sugiono (2017) yaitu sebanyak 160 responden.

Teknik pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner online. Teknik analisis data menggunakan Analisis Deskriptif, Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Uji Regresi Linier Berganda, Uji-t (parsial), Uji-F (simultan), dan Uji Koefisien Determinasi dengan menggunakan program SPSS versi 26. Dari hasil pengolahan data didapatkan perolehan hasil persamaan regresi berganda $Y = -2,330 + 0,154X_1 + 0,417X_2$.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa Citra Merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian *smartphone Iphone*, dibuktikan dengan uji t nilai thitung lebih besar dari ttabel ($4,909 > 1,654$) dengan tingkat signifikansi lebih kecil dari standar ($0,000 < 0,05$). Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian *smartphone Iphone*, dibuktikan dengan uji t nilai thitung lebih besar dari ttabel ($2,881 > 1,654$) dengan tingkat signifikansi lebih kecil dari standar ($0,000 < 0,05$). Dan secara simultan Citra Merek dan Kualitas Produk berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Pembelian *smartphone Iphone* dibuktikan dengan nilai Fhitung lebih besar dari Ftabel ($74,019 > 3,05$) dengan tingkat signifikansi lebih kecil dari standar ($0,000 < 0,05$). Besaran persentase pengaruh secara keseluruhan menggunakan uji koefisien determinasi sebesar 48,5% dan sisanya 51,5% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti oleh peneliti. Dengan demikian, hubungan antar variabel yang ada pada penelitian ini memiliki tingkat hubungan yang sedang.

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