

ABSTRAK

Pada era globalisasi seperti sekarang ini, perkembangan teknologi yang sangat cepat menyebabkan persaingan dunia usaha semakin meningkat. Keberhasilan dalam persaingan akan tercapai apabila perusahaan dapat menciptakan dan mempertahankan pelanggannya. Perusahaan harus mempunyai produk yang mempunyai keunggulan bersaing dengan kompetitornya. Salah satu upaya yang dilakukan perusahaan antara lain dengan membentuk identitas produk melalui merek. Perkembangan teknologi, informasi, dan komunikasi yang berkembang dengan pesat membuat individu terdorong untuk memiliki sebuah alat yang mampu mempengaruhi kebutuhan dalam menunjang kemajuan ICT tersebut, salah satunya dengan menggunakan *handphone*. *Handphone* pada awal kemunculannya mempunyai fungsi sebagai alat yang dapat dipergunakan secara berpindah-pindah. Konsep ini ditujukan untuk menggantikan konsep telepon konvensional yang menggunakan jaringan kabel sebagai perantaranya yang dirasa terkendala oleh terbatasnya ruang.

Tujuan observasi yang dilakukan penulis dalam penelitian ini adalah untuk

mengetahui *brand image* Iphone di mata konsumen, untuk mengetahui alasan konsumen memutuskan membeli produk Iphone dan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *brand image* terhadap keputusan pembelian iphone

Hasil dari penelitian yang telah dilakukan besar pengaruh *brand image* terhadap keputusan pembelian secara keseluruhan sebesar 60.9% dan sisanya sebesar 39.1% dipengaruhi oleh faktor lain seperti promosi, harga, tempat penjualan dan lain-lain.

Kata Kunci: *Brand Image* dan Keputusan Pembelian