

ABSTRAK

Pada era globalisasi sekarang ini, perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, termasuk ponsel pintar, mengalami perubahan dari hari ke hari. Ponsel pintar terus berubah dan berinovasi melalui banyak teknologi dan fungsi yang kompleks yang disesuaikan dengan kebutuhan manusia saat ini. Perkembangan ponsel pintar ini secara otomatis akan mendorong pertumbuhan seorang pengguna (*user*). Ponsel pintar menjadi semakin populer di kalangan orang banyak. Salah satu *brand* ponsel pintar yang populer terutama di kalangan masyarakat kalangan menengah atas adalah Iphone yang merupakan jajaran *smartphone* yang dirancang dan dipasarkan oleh Apple Inc. Iphone menggunakan sistem operasi telepon genggam IOS Apple yang dikenal dengan nama "Iphone OS". Dengan sifat keeksklusifan yang dimiliki Iphone membuat harga dari produk ini tergolong jauh lebih mahal dibandingkan dengan *brand smartphone* lainnya, terutama *smartphone* yang berbasis Android. Walau harga produk Iphone tergolong mahal, tetapi minat beli masyarakat terhadap produk Apple ini termasuk sangat tinggi, terutama disetiap *event* perilisan model baru.

Berdasarkan fenomena minat beli masyarakat yang tinggi terhadap produk Iphone itulah maka pada penelitian ini menggunakan variabel penelitian yaitu kualitas, harga dan citra merek. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kausal, dimana bertujuan untuk menganalisis hubungan antar variabel. Sehingga, penelitian ini dapat memberikan hasil mengenai pengaruh kualitas produk, harga, dan citra merek terhadap keputusan pembelian konsumen Indonesia terhadap produk Iphone.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan jenis penelitian kausal, yang berdasarkan waktu pelaksanaannya adalah *cross-sectional* dengan menyebarkan kuesioner dengan jumlah 19 *item* pertanyaan kepada 400 responden yang pernah membeli produk Iphone. Responden dari kuesioner ini tersebar di seluruh Indonesia dengan menggunakan alat bantu Google Form sebagai media dalam menampung responden. Dikarenakan kuesioner ini menggunakan alat bantu Google Form, maka persebaran kuesioner ini berlangsung secara *online*. Teknik sampling yang digunakan *nonprobability sampling* jenis *purposive sampling*.

Berdasarkan hasil yang didapatkan pada penelitian ini, bahwa Pada variabel Independen yaitu Citra Merek (X1), Kualitas Produk (X2), dan Harga (X3) memiliki nilai *mean* lebih besar dari standar deviasi sehingga penyimpangan data yang terjadi rendah maka penyebaran nilainya merata. Lalu, pada variabel dependen Keputusan Pembelian (Y) memiliki nilai *mean* lebih besar dari standar deviasi sehingga penyimpangan data yang terjadi rendah maka penyebaran nilainya merata.

Sehingga, saran yang didapatkan pada penelitian ini bagi perusahaan Apple dengan produk nya, Iphone diharapkan untuk semakin memperkuat faktor kualitas produk, sebaiknya Apple dengan produk nya Iphone lebih mengedepankan strategi bagaimana cara untuk meningkatkan pada faktor kualitas produk yang diberikan dengan memperhatikan setiap keluhan ataupun masukan yang diberikan oleh konsumen agar konsumen merasa nyaman

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