

ABSTRAK

Persaingan bisnis telekomunikasi khususnya produk digital yang semakin ketat antara berbagai kegiatan dalam menghasilkan dan menjual produknya, memberikan pengaruh yang cukup berarti terhadap pandangan bahwa perusahaan harus memberitahukan dan memperkenalkan produknya agar konsumen terdorong untuk membeli produk yang mereka promosikan. Banyaknya produk tablet PC dipasar baik di dalam negeri atau di luar negeri memengaruhi sikap seseorang terhadap pembelian dan pemakaian barang, ditinjau dari segi kualitas produk, harga, dan citra merek. Hal itu berpengaruh pada volume penjualan produk per-tahun. Salah satu tablet PC yaitu iPad, dimana iPad selalu menjadi *market leader* sejak peluncuran perdananya pada tahun 2010 meski jumlah pesaingnya semakin meningkat.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui kualitas produk, harga, dan citra merek iPad di Kota Bandung serta bagaimana minat belinya. Penelitian ini juga bertujuan untuk melihat besarnya pengaruh kualitas produk, harga, dan citra merek terhadap minat beli iPad di Kota Bandung. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif dan kausal, dengan menggunakan teknik analisis deskriptif dan analisis regresi berganda. Sampel dalam penelitian ini adalah masyarakat kota Bandung yang mengetahui produk iPad sebanyak 400 orang. Penentuan jumlah sampel dengan menggunakan rumus Bernoulli. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *non-probability sampling* dengan *purposive sampling*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk, harga, citra merek, dan minat beli iPad di Kota Bandung berada dalam kategori baik, dimana secara simultan minat beli iPad dipengaruhi sebesar 52,8% oleh variabel kualitas produk, harga, dan citra merek. Berdasarkan pengujian hipotesis secara parsial variabel kualitas produk yang memengaruhi minat beli sebesar 35,9%, variabel harga yang memengaruhi minat beli sebesar 7,1%, dan variabel citra merek yang memengaruhi minat beli sebesar 40,2%.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Harga, Citra Merek, dan Minat Beli.