

## ABSTRAK

Teknologi sudah menjadi bagian dari kehidupan manusia sehari-hari. Contoh paling sederhana adalah menggunakan *smartphone* sebagai alat komunikasi dan meningkatkan cara orang berkomunikasi. Seperti pandemi Covid-19 saat ini, salah satunya berdampak pada pembelajaran *online*, belanja *online* dan pekerjaan yang dilakukan *online* melalui *smartphone*. Salah satu contoh saat ini pandemi menjadi tantangan dalam mengembangkan kreativitas terhadap penggunaan teknologi, bukan hanya transmisi pengetahuan, tapi juga bagaimana memastikan pembelajaran tetap tersampaikan dengan baik. Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk meneliti bagaimana persepsi pengguna *smartphone* iPhone 12 di Kota Bandung terhadap Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian. Dan juga untuk meneliti pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap keputusan pembelian *smartphone* iPhone 12 di Kota Bandung secara parsial dan simultan.

Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode kuantitatif yang bersifat deskriptif. Pengambilan sampel dilakukan dengan metode *non-probability sampling* dengan jenis sampel *purposive sampling* yaitu sampel pada penelitian ini adalah pengguna *smartphone* iPhone 12 yang berdomisili di kota Bandung, dengan jumlah sebanyak 100 responden. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda.

Berdasarkan hasil dari uji t pada penelitian ini bahwa variabel kualitas produk dan harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian secara parsial pada pengguna *smartphone* iPhone 12 di Kota Bandung. Berdasarkan hasil dari uji F pada penelitian ini bahwa variabel kualitas produk dan harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian secara simultan pada pengguna *smartphone* iPhone 12 di Kota Bandung. Dan Berdasarkan hasil dari koefisien determinasi, dengan nilai R Square sebesar 0,696, yang artinya variabel bebas yaitu kualitas produk dan harga mempengaruhi keputusan pembelian sebesar 69,6% sedangkan sisanya 30,4% merupakan kontribusi pengaruh dari variabel lain diluar penelitian ini.

**Kata Kunci : Harga, Keputusan Pembelian, Kualitas Produk, iPhone 12**