

ABSTRAK

Perkembangan teknologi di Indonesia tentunya sangat berdampak kepada masyarakat. Masyarakat menginginkan teknologi pintar yang dapat mempermudah kehidupan sehari-hari salah satunya alat komunikasi. Komunikasi adalah cara menghubungkan informasi ke satu sama lain, tentunya komunikasi sudah menjadi hal penting dalam hubungan sosial masyarakat Indonesia. Salah satu cara untuk berkomunikasi dengan menggunakan *smartphone*. Perusahaan *smartphone* tentunya membuat keunikan pada produknya untuk menarik minat masyarakat untuk membeli (*Purchase intention*). Penelitian ini untuk mengetahui pengaruh Brand Prestige, Brand Quality terhadap Purchase Intention Iphone dengan System Quality sebagai variabel moderator. Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna Iphone di Indonesia dengan 400 responden yang diambil dari penyebaran kuesioner dalam bentuk *Googleform* yang disebarluaskan melalui sosial media. Pengambil sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling*, dan pengolahan data menggunakan SmartPLS 4.0. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa *Brand Prestige* secara positif signifikan mempengaruhi *Purchase Intention*, *Brand Quality* secara positif signifikan mempengaruhi *Purchase intention*, *System quality* tidak memoderasi hubungan antara *Brand Prestige* dan *Purchase Intention*, dan *System Quality* memoderasi hubungan antara *Brand quality* dan *Purchase Intention*.

Kata Kunci: *Smartphone, Brand Prestige, Brand Quality, System Quality, Purchase Intention*