

ABSTRAK

iPhone 13 Series merupakan produk Apple, yang dirilis pada tahun 2021 yang terkenal dengan kualitas produk yang luar biasa sehingga banyak peminatnya. Namun, Apple mendapati kesalahan desain yang memberikan efek kerusakan pada beberapa produk LCD di iPhone 13 Series. Kerusakan tersebut menyebabkan kualitas produk iPhone 13 Series menjadi bermasalah. Kemudian berdampak pada pemasaran getok tular melalui elektronik yang mana akan berpengaruh pada citra merek iPhone 13 Series yang berpengaruh pada keputusan pembelian. Tujuan penelitian ini adalah menentukan kualitas produk dan elektronik word of mouth mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli produk melalui citra merek. Dalam penelitian ini digunakan teknik pendekatan kuantitatif dan deskriptif dengan mengirimkan kuesioner kepada 200 responden. Selain itu, dalam penelitian ini digunakan *Software SmartPLS Version 3.0* dalam pengolahan data. Penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif yang signifikan terhadap keputusan pembelian; pemasaran getok tular elektronik berpengaruh positif yang signifikan pada citra merek; dan kualitas produk berpengaruh positif yang signifikan terhadap keputusan pembelian melalui citra merek.

Kata Kunci: Kualitas Produk; EWOM; Keputusan Pembelian; Citra Merek; iPhone 13 Series.