

## ABSTRAK

Tujuan studi ini guna menganalisis pengaruh kualitas produk, kewajaran harga, dan citra merek melalui nilai pelanggan pada keputusan pembelian iPhone. Metode yang dipakai peneliti yakni metode kuantitatif dengan memakai analisis multivariat dengan perangkat lunak Smart PLS. Populasi dari studi ini ialah seluruh mahasiswa Indonesia yang menggunakan Iphone 14, dengan jumlah sampel sebanyak 104 responden melalui metode Cochran. Temuan studi mengindikasikan bahwasannya kualitas produk, kewajaran harga, citra merek serta nilai pelanggan berdampak positif serta signifikan pada keputusan pembelian Iphone secara parsial; kualitas produk, kewajaran harga, serta citra merek berpengaruh positif serta signifikan pada nilai pelanggan di kalangan mahasiswa; kualitas produk berpengaruh positif serta signifikan pada keputusan pembelian Iphone di kalangan mahasiswa dengan nilai pelanggan sebagai variabel mediasi, kewajaran harga berdampak positif serta signifikan pada nilai pelanggan Iphone di kalangan mahasiswa dengan nilai pelanggan sebagai variabel mediasi, serta citra merek berdampak positif serta signifikan pada nilai pelanggan Iphone di kalangan mahasiswa dengan nilai pelanggan sebagai variabel mediasi.

**Kata Kunci:** Kualitas Produk, Kewajaran Harga, Citra Merek, Nilai Pelanggan, Keputusan Pembelian, Smartphone iPhone