

ABSTRAK

Perkembangan teknologi di era *modern* saat ini sangat pesat dan terutama dibidang *smartphone*. *Smartphone* merek Apple sebagai salah satu dari sekian banyak pilihan yang ada. Maka, *Smartphone* Apple harus berupaya sebaik mungkin untuk dapat meningkatkan keputusan pembelian konsumen melalui antaranya kualitas produk, harga dan citra merek sebagai faktor yang dianggap berpengaruh. Penelitian ini meneliti tentang faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian *Smartphone* Apple dengan variabel kualitas produk, harga dan citra merek. Objek penelitian ini adalah konsumen *Smartphone* Apple. Penelitian ini dilakukan terhadap 132 responden dengan menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Structural Equation Model* (SEM) dengan alat analisis *Smart-PLS*. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa variabel kualitas produk, harga dan citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian *Smartphone* Apple Di Jakarta.

Kata Kunci: *Kualitas Produk, Harga, Citra Merek dan Keputusan Pembelian.*



ABSTRACT

The technological development in the modern era is rapidly growing and especially in mobile phone segment. Apple brand is one of the choices that available in the market. Therefore, Smartphone Apple must do its best to be able to increase customer purchase decision through, among others, product quality, price and brand image as factors that are considered influential. This study examines the factors that influence purchase decision Smartphone Apple with the variables Product Quality, Price and Brand Image. The object of this research is customer Smartphone Apple. This study was conducted on 132 respondents using a quantitative descriptive approach. The approach used in this study is the Structural Equation Model (SEM) with a Smart-PLS analysis tool. The results of this study show that the variables of product quality, price and brand image have a positive significant effect on consumer purchase decision Smartphone Apple in Jakarta.

Keywords: *Product Quality, Price, Brand Image and Purchase Decision.*

