

ABSTRAK

Dari sekian banyak jenis *smartphone* yang beredar dipasaran, Apple merupakan salah satu vendor *smartphone* yang menguasai pasar Indonesia dengan salah satu perangkatnya iPhone. Pada tahun 2013 jumlah pengguna iPhone yang membeli iPhone 5s dan iPhone 5c menyentuh kurang dari 65 persen dan pada tahun berikutnya, yaitu tahun 2014 jumlah pengguna iPhone yang membeli iPhone 6 saat ini mencapai 80 persen sejak sebulan diluncurkan. Hal ini tentu menjadi sebuah fenomena karena produk iPhone yang dikenal memiliki harga yang tinggi namun tetap dapat menguasai pasar. Beberapa faktor yang mempengaruhi tingginya minat beli masyarakat diantaranya kualitas produk, harga, kepercayaan dan sikap penggunaan. Penelitian ini dilakukan kepada sampel sebanyak 350 responden dengan populasi masyarakat kota Bnadung yang menggunakan iPhone dimana penarikan sampel menggunakan metode *purposive sampling*. Data yang telah di kumpulkan diolah menggunakan teknik *Structural Equation Modeling* (SEM) engan menggunakan program *Software* aplikasi LISREL 8.80. hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk, harga dan kepercayaan memberikan kontribusi yang besar terhadap sikap penggunaan dan sikap penggunaan dapat memoderasi kualitas produk, harga dan kepercayaan sehingga berdampak pada keputusan pembelian, sedangkan secara langsung kualitas produk, harga dan kepercayaan tidak memiliki dampak pada keputusan pembelian.

Kata kunci : kualitas produk, harga, kepercayaan, sikap penggunaan dan keputusan pembelian