

ABSTRAK

Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi di dunia saat ini semakin pesat. Smartphone adalah bukti teknologi yang berkembang pesat dari waktu ke waktu. Hal ini terlihat dari banyaknya merek smartphone baru-baru ini muncul di permukaan sangat canggih dengan banyak fitur dan spesifikasi, berdampak pada berbagai pilihan yang ditawarkan kepada konsumen. iPhone adalah salah satu merek smartphone paling terkenal. iPhone adalah salah satu produk dari Apple Computer Inc. berhasil membangun *brand image* yang baik di benak pengguna akan tetap I mengalami penurunan pembelian. Konsumen tidak hanya melihat produk dari segi *brand image*, tetapi konsumen juga melihat dari kualitas produknya untuk membuat keputusan pembelian.

Pokok masalah pada penelitian ini terdapat pada keputusan pembelian konsumen yang berdampak pada penurunan volume penjualan smartphone Iphone dari tahun 2015 – 2019. Brand Image yang terlalu mahal dan kualitas produk pada baterai yang kurang baik diduga sebagai penyebab keputusan pembelian smartphone Iphone menurun. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh secara parsial dan simultan dari Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian smartphone Iphone pada Mahasiswa Telkom University. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan teori yang dikemukakan oleh (Kotler & Keller, 2019) mengenai citra merek, (Kotler & Armstrong, 2019) mengenai kualitas produk, dan (Armstrong & Kotler, 2019) mengenai keputusan pembelian.

Jenis penelitian ini adalah kuantitatif, dengan penarikan kesimpulan analitis statistik. Populasinya adalah mahasiswa Telkom university yang memiliki dan menggunakan Iphone. Pengambilan sampel dilakukan dengan teknik purposive sampling sebanyak 100 responden. Teknik pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner online, studi pustaka dan penelitian terdahulu. Teknik analisis data menggunakan Analisis Deskriptif, Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Uji Regresi Linier Berganda, Uji-t (parsial), Uji-F (simultan), dan Uji Koefisien Determinasi dengan menggunakan program SPSS. Variabel yang diteliti adalah Brand Image (X1), Kualitas Produk (X2) sebagai variabel Independen dan Keputusan Pembelian (Y) sebagai variabel Dependen.

Dapat diketahui bahwa hasil analisis deskriptif keseluruhan skor total pada variabel *Brand Image* yaitu 3250 atau 81,25%, persentase skor total pada variabel Kualitas Produk yaitu 4793 atau 79,96% dan persentase rata-rata untuk variabel Keputusan Pembelian yaitu sebesar 85,3% dan nilai tersebut berada diantara interpersiasi nilai >68% - 100% dengan keseluruhan kategori baik. Dapat diketahui nilai t-hitung Brand Image yaitu 3,729 dengan regresi 0,102 dan Kualitas Produk 10,165 dengan regresi 0,225, hal itu diketahui Brand Image dan Kualitas Produk berpengaruh parsial terhadap keputusan pembelian produk iphone di kalangan mahasiswa Telkom University. Diketahui nilai f hitung: 123,536 dengan signifikansi 0,000. apabila dibandingkan dengan tingkat signifikansi yang diharapkan yaitu 5% berarti signifikansi F-hitung lebih kecil dari tingkat signifikan yang diharapkan ($0% < 5%$). Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk dan citra merek mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat beli produk Iphone.

Kata Kunci: Brand Image, Kualitas Produk dan Keputusan Pembelian.