

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui (1) pengaruh harga dan kualitas produk terhadap citra merek iPhone 15, (2) pengaruh harga dan kualitas produk terhadap minat beli iPhone 15, (3) pengaruh citra merek terhadap minat beli, (4) pengaruh harga dan kualitas produk terhadap minat beli iPhone 15 melalui citra merek sebagai variabel intervening di wilayah Bandung. Populasi penelitian ini adalah konsumen atau yang pernah menggunakan atau mempelajari *smartphone* iPhone 15. Pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan purposive sampling. Data penelitian diperoleh dengan mengumpulkan kuesioner tentang harga, kualitas produk, citra merek dan minat beli kepada 400 responden. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah Analisis Regresi dengan Path Analisis menggunakan IBM SPSS Statistics 20. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) harga berpengaruh signifikan terhadap citra merek, (2) kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap citra merek, (3) harga berpengaruh signifikan terhadap minat beli, (4) kualitas produk berpengaruh signifikan dan positif terhadap minat beli, (5) citra merek berpengaruh signifikan dan positif terhadap minat beli, (6) harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli melalui citra merek, (7) kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen melalui citra merek.

Kata kunci : Harga, Kualitas Produk, Citra Merek, Minat Beli.