

ABSTRACT

Name : Wilson

Study Program : Entrepreneurship

Title : *Analysis of the Influence of Price, Brand Image, and Product Quality on the decision to purchase Iphone products in Jakarta*

Iphone smartphone is one of the brands that are well-known among the Indonesians people with a really good quality product. The factors that influence the customer to buy Iphone products are the price, brand image, and product quality. Therefore, this study wants to prove that price, brand image, and product quality is relevant to the purchasing decisions. This study uses a multiple linear analysis method with SPSS version 24. Respondents in this study amounted to 100 Iphone users in Jakarta. Based on the hypthesis test, it shows that brand image and product quality have a significant effect on purchasing decisions while prices have no significant effect on purchasing decisions. Suggestions from the authors in this study are that Iphone must be able to maintain their brand image and continue to improve they quality of the product if they want to sell their product at an expensive price.

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

ABSTRAK

Nama : Wilson
Program Studi : Kewirausahaan
Judul : Analisis Pengaruh Harga, Citra Merek, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan pembelian produk Iphone di Jakarta

Smartphone Iphone merupakan salah satu merek yang sudah terkenal di kalangan masyarakat Indonesia dengan kualitas produk yang sudah terjamin. Faktor-faktor yang mempengaruhi masyarakat untuk membeli produk Iphone adalah harga, citra merek, serta kualitas produk dari produk tersebut. Oleh karena itu, penelitian ini ingin menguji faktor harga, citra merek, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk Iphone. Penelitian ini menggunakan metode analisis linier berganda (*multiple regression*) dengan alat SPSS versi 24. Responden pada penelitian ini berjumlah 100 orang pengguna *smartphone* Iphone di wilayah Jakarta. Berdasarkan uji hipotesis, menunjukkan bahwa citra merek dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sedangkan harga tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Saran dari penulis dalam penelitian ini adalah Iphone harus mampu mempertahankan citra merek dan terus meningkatkan kualitas produknya jika ingin menjual produknya dengan harga yang mahal.

Kata Kunci: Harga, Citra Merek, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian