

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN *SMARTPHONE* MEREK
IPHONE DI KOTA SINGARAJA**

Oleh

Wayan Tasya Kapati Wadhaniah, NIM 1817041085

Jurusan Manajemen

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian, pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian, pengaruh kualitas produk terhadap citra merek dan pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian melalui citra merek pada *smartphone* merek Iphone di Kota Singaraja. Rancangan penelitian yang digunakan adalah kuantitatif kausal. Subjek penelitian adalah pengguna *smartphone* merek Iphone di Kota Singaraja, dan objek penelitian adalah kualitas produk, citra merek dan keputusan pembelian. Sampel penelitian berjumlah 128 responden, teknik sampel yang digunakan adalah *non-probability sampling* dengan metode *purposive sampling*. Data dikumpulkan dengan kuesioner, dan dianalisis dengan analisis jalur. Hasil penelitian menunjukkan (1) kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, (2) citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, (3) kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap citra merek, (4) kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian melalui citra merek pada *smartphone* merek Iphone di Kota Singaraja.

Kata kunci: citra merek, keputusan pembelian, kualitas produk

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN *SMARTPHONE* MEREK
IPHONE DI KOTA SINGARAJA**

Oleh

Wayan Tasya Kapati Wadhaniah, NIM 1817041085

Jurusan Manajemen

Abstract

This study aims to examine the effect of product quality on purchasing decisions, the influence of brand image on purchasing decisions, the effect of product quality on brand image and the effect of product quality on purchasing decisions through brand image on Iphone brand smartphones in Singaraja City. The research design used is causal quantitative. The research subjects are smartphone users of the Iphone brand in Singaraja City, and the object of research is product quality, brand image and purchasing decisions. The research sample amounted to 128 respondents, the sample technique used was non-probability sampling with purposive sampling method. Data were collected by questionnaire, and analyzed by path analysis. The results showed (1) product quality had a positive and significant effect on purchasing decisions, (2) brand image had a positive and significant effect on purchasing decisions, (3) product quality had a positive and significant effect on brand image, (4) product quality had a positive and significant effect on purchasing decisions. significant impact on purchasing decisions through brand image on Iphone brand smartphones in Singaraja City.

Keywords: brand image, purchase decision, product quality