

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

Oleh

I Komang Ngurah Yasana, NIM 2117041176

Jurusan Manajemen

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian *smartphone* iPhone di Kota Singaraja, baik secara simultan maupun secara parsial. Pendekatan penelitian menggunakan desain kuantitatif kausal. Subjek pada penelitian ini adalah masyarakat di Kota Singaraja yang menggunakan *smartphone* iPhone. Objek pada penelitian ini adalah citra merek, kualitas produk, Keputusan pembelian. Metode pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling*, dengan jumlah sampel sebanyak 130 responden. Instrumen yang digunakan dalam pengumpulan data adalah kuesioner dan teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda dengan menggunakan aplikasi SPSS 25. Sebelum melakukan analisis regresi linier berganda, terlebih dahulu dilakukan uji asumsi klasik, yang mencakup uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) Citra merek dan kualitas produk secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian *smartphone* iPhone di Kota Singaraja (2) Citra merek secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian *smartphone* iPhone di Kota Singaraja, (3) Kualitas produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian *smartphone* iPhone di Kota Singaraja.

Kata Kunci: keputusan pembelian, citra merek, kualitas produk

***THE EFFECT OF BRAND IMAGE AND PRODUCT QUALITY ON IPHONE
SMARTPHONE PURCHASE DECISIONS IN SINGARAJA CITY***

By

I Komang Ngurah Yasana, NIM 2117041176

Department of Management

ABSTRACT

This study aims to examine the influence of brand image and product quality on iPhone smartphone purchasing decisions in Singaraja City, both simultaneously and partially. The research approach uses a causal quantitative design. The subjects in this study are people in Singaraja City who use iPhone smartphones. The objects in this study are brand image, product quality, and purchasing decisions. The sampling method uses a purposive sampling technique, with a sample size of 130 respondents. The instrument used in data collection is a questionnaire and the data analysis technique used is multiple linear regression analysis using the SPSS 25 application. Before conducting multiple linear regression analysis, a classical assumption test is first carried out, which includes a normality test, a multicollinearity test, and a heteroscedasticity test. The results of the study show that: (1) Brand image and product quality simultaneously have a positive and significant effect on iPhone smartphone purchasing decisions in Singaraja City (2) Brand image partially has a positive and significant effect on iPhone smartphone purchasing decisions in Singaraja City, (3) Product quality partially has a positive and significant effect on iPhone smartphone purchasing decisions in Singaraja City.

Keyword: purchase decisions, brand image, product quality