

ABSTRAK

Kurniawati Sari Oktavia (1178020120) : “Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone Iphone* (Studi pada Mahasiswa Jurusan Manajemen UIN Sunan Gunung Djati Bandung Angkatan Tahun 2017 – 2020)”.

Pokok masalah pada penelitian ini terdapat pada keputusan pembelian konsumen yang berdampak pada penurunan volume penjualan *smartphone Iphone* dari tahun 2016 – 2020. Citra merek 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 Jurusan Manajemen UIN Sunan Gunung Djati Bandung Angkatan Tahun 2017 – 2020. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan teori yang dikemukakan oleh (Kotler & Keller, 2012) mengenai citra merek, (Kotler & Armstrong, 2012) mengenai kualitas produk, dan (Armstrong & Kotler, 2003) mengenai keputusan pembelian.

Metode penelitian yang digunakan yaitu metode penelitian deskriptif dan verifikatif dengan pendekatan kuantitatif. Pengambilan sampel menggunakan teknik *non probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*, berdasarkan kriteria yang ditetapkan peneliti yaitu Mahasiswa Jurusan Manajemen UIN Sunan Gunung Djati Bandung Angkatan Tahun 2017 – 2020 dan sedang atau pernah menggunakan *smartphone Iphone*. Jumlah sampel yang diteliti sebanyak 90 responden. Teknik pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner online. 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 versi 26.

Dari hasil pengolahan data didapatkan perolehan hasil persamaan regresi berganda $Y = -0,808 + 0,195X_1 + 0,308X_2$. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa Citra Merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian *smartphone Iphone*, dibuktikan dengan uji t nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ $3,878 > 1,666$ dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$. Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian *smartphone Iphone*, dibuktikan dengan uji t nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ $3,633 > 1,666$ dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$. Dan secara simultan Citra Merek dan Kualitas Produk berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Pembelian *smartphone Iphone* dibuktikan dengan nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ $43,262 > 3,10$ dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$. Besaran persentase pengaruh secara keseluruhan menggunakan uji koefisien determinasi sebesar 49,9% dan sisanya 50,1% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti oleh peneliti. Dengan demikian, hubungan antar variabel yang ada pada penelitian ini memiliki tingkat hubungan yang sedang.

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