

Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Iphone
(Studi pada konsumen *Smartphone* iPhone)

Alwin Yudhi Pradita
Nim : 141140199

Mahasiswa Program Studi Ekonomi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN “Veteran” Yogyakarta
(alwin.ypradita@gmail.com / alwinbekz07@gmail.com)

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, citra merek, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian (studi pada konsumen *smartphone* iPhone) di tahun 2018. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel independen yang terdiri dari kualitas produk, citra merek, harga dan promosi, sedangkan untuk variabel dependen dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian. Jenis penelitian yang di gunakan adalah survey. Metode penentuan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*. Data dikumpulkan menggunakan kuesioner dengan skala *likert*, dimana responden penelitian ini menggunakan analisis linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) kualitas Produk, citra merek, harga dan promosi berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian pada konsumen *smartphone* iPhone. (2) kualitas Produk, citra merek, harga dan promosi berpengaruh positif dan signifikan secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian pada konsumen *smartphone* iPhone. (3) Variabel independen yang berpengaruh positif dan signifikan paling dominan dalam keputusan pembelian adalah promosi. *Adjusted R Square* menunjukkan sebesar 61,5% atau 0,615 bahwa variabel kualitas produk (X_1), citra merek (X_2), harga (X_3) dan promosi (X_4) mampu menjelaskan variabel keputusan pembelian (Y), dan sisanya 38,5% atau 0,385 dijelaskan oleh variabel lin.

Kata Kunci : kualitas produk, citra merek, harga, promosi dan keputusan pembelian.