

## **PENGARUH HARGA, CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN IPHONE DI KOTA SEMARANG**

**MUHAMMAD LUTHFI KHAKIM**

*Program Studi Manajemen - S1, Fakultas Ekonomi & Bisnis,*

*Universitas Dian Nuswantoro Semarang*

*URL : <http://dinus.ac.id/>*

*Email : 211201102264@mhs.dinus.ac.id*

### **ABSTRAK**

Kebutuhan alat komunikasi menyebabkan banyaknya permintaan dan penawaran dan juga menimbulkan persaingan antar produsen. iPhone adalah alat komunikasi yang diproduksi oleh perusahaan Apple Inc dan merupakan alat komunikasi terunggul pada zaman sekarang. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh harga, citra merek, kualitas produk, dan promosi terhadap keputusan pembelian iPhone di Kota Semarang.

Sampel yang dipakai dalam penelitian ini sebanyak 100 responden. Penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel purposive sampling dan metode analisis data analisis regresi linear berganda. Analisis regresi berganda termasuk uji reliabilitas, uji validitas, uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas, uji normalitas, regresi linier berganda, uji t, uji F, Koefisien Korelasi.

Berdasarkan hasil dari penelitian ini variabel harga memiliki hubungan yang positif tetapi tidak signifikan terhadap keputusan pembelian iPhone di Semarang, variabel citra merek, kualitas produk, promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel keputusan pembelian iPhone di kota Semarang.

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

## **THE INFLUENCE OF PRICE, BRAND IMAGE, PRODUCT QUALITY, AND PROMOTION ON PURCHASING DECISIONS OF IPHONE IN SEMARANG CITY**

**MUHAMMAD LUTHFI KHAKIM**

*Program Studi Manajemen - S1, Fakultas Ekonomi & Bisnis,*

*Universitas Dian Nuswantoro Semarang*

*URL : <http://dinus.ac.id/>*

*Email : 211201102264@mhs.dinus.ac.id*

### **ABSTRACT**

Needs of communication tools create a lot of demand and supply and also create a competition between producer with other producer. iPhone is a sophisticated communication tool in current time. The purpose of the study is to investigate the influence of price, brand image, product quality, and promotion on purchasing decision of iPhone in Semarang city.

A sample used in this study is 100 respondents. The study uses sampling techniques with purposive sampling and data analysis method is multiple regression analysis. Multiple regression analysis include reliability test, validity test, multicollinearity test, heteroscedasticity test, normality test, multiple regression analysis, partial test, simultant test and correlation coefficient.

Based on the results of this study variable price has a positive relationship but did not significantly influence the purchasing decisions of the iPhone in Semarang, variable brand image, product quality, promotion are positively and significantly effect on purchasing decision of iPhone in Semarang city.

**Keyword** : Price, Brand Image, Pruduct Quality, Promotion, Purchasing Decisions