

Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Iphone Pada Masyarakat Kota Surakarta

Niken Vera Kusumawati

Universitas Duta Bangsa Surakarta

Saskia Anggun Choirunnisa

Universitas Duta Bangsa Surakarta

Rayhan Gunaningrat

Universitas Duta Bangsa Surakarta

Alamat: Jl. Ki Mangun Sarkoro No.20, Nusukan, Kecamatan Banjarsari, Kota Surakarta,
Jawa Tengah 57135, Indonesia

Korespondensi penulis: 202030251@mhs.udb.ac.id

Abstract. *This observation was made to determine the influence of product quality on the purchase decision of Iphone products among Surakarta residents. This observation used quantitative methods using manual data obtained by distributing documents or questionnaires and collecting responses from a sample of 59 participants. This observation uses Intelligent Partial Least Squares (PLS) analysis to evaluate the hypothesis, as well as using a quantitative approach. Based on the results of the Smart PLS analysis test conducted, it shows that product quality has a positive or significant effect on purchasing decisions.*

Keywords: *Iphone, Product Quality, Purchasing Decision*

Abstrak. Observasi ini dilakukan guna mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk Iphone di kalangan penduduk Surakarta. Observasi ini menggunakan metode kuantitatif dengan menggunakan data manual yang didapat dengan membagikan dokumen atau kuisioner serta mengumpulkan tanggapan dari sampel sebanyak 59 partisipan. Observasi ini menggunakan analisis Intelligent Partial Least Squares (PLS) untuk mengevaluasi hipotesis, serta menggunakan pendekatan kuantitatif. Berdasarkan hasil uji analisis Smart PLS yang dilakukan, menunjukkan kualitas produk berpengaruh positif atau signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci: Iphone, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian

LATAR BELAKANG

Banyak perusahaan yang membuat handphone berusaha meningkatkan kualitas produk mereka, sebagai salah satu teknologi yang berkembang dengan pesat. Banyak merek baru yang muncul di dunia ponsel berusaha membuat produk unggulan mereka. Setiap perusahaan harus menyadari bagaimana target pasar berperilaku karena mereka adalah perusahaan yang berusaha untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Konsumen tidak hanya menilai produk berdasarkan kualitasnya, tetapi juga berdasarkan harga dan kualitas yang sesuai dengan minat mereka.

Bisnis melihat peluang baru di dunia bisnis seiring kemajuan teknologi informasi dan komunikasi. Meningkatnya kebutuhan manusia dan gaya hidup masyarakat di era modern akan

sangat membantu dalam mempermudah aktivitas sehari-hari bagi masyarakat untuk tetap terhubung dengan teknologi. Oleh karena itu, berbagai perusahaan membuat ponsel untuk memenuhi permintaan pelanggan dengan berbagai merek, termasuk Apple.

KAJIAN TEORITIS

Kualitas Produk

Apple Inc, juga dikenal sebagai Apple, adalah perusahaan telepon pintar yang didirikan oleh CEO perusahaan Steve Jobs. Perusahaan tersebut membuat perangkat lunak dan perangkat keras, salah satunya adalah Iphone, inovasi smartphone pertama Apple yang dibuat pada tahun 2007. Smartphone Iphone dikenal di seluruh dunia karena logo premiumnya dan spesifikasinya yang luar biasa, yang membedakannya dari smartphone lainnya. Iphone memiliki sistem operasi yang berbeda dari smartphone lainnya karena Apple membuat sistem operasi sendiri untuk perangkat kerasnya. Alasan Apple menggunakan sistem operasi sendiri untuk perangkat kerasnya adalah karena perangkat akan bekerja dengan sangat baik. Selain itu, sistem operasi yang digunakan pada ponsel pintar ini hanya dapat digunakan oleh pengguna yang memiliki merek Apple. Sistem operasi ini termasuk dalam golongan operasi sistem yang dikenal sebagai "iOS".

Keputusan Pembelian

Karena banyaknya pembeli dari kalangan atas dan bawah yang memilikinya, keinginan konsumen untuk memiliki iPhone semakin berkurang karena menjadi produk premium. Saat ini, banyak iPhone yang dijual sebagai refurbished. Refurbished adalah perangkat software maupun hardware yang sudah rusak yang diubah dan diperbaiki seperti baru, dan Apple akan menjualnya kembali dengan harga terjangkau setelah memperbaiki beberapa kerusakan. Ketika pengguna iPhone menggunakan handphone yang telah diperbarui, mereka harus mempertimbangkan akibatnya jika menggunakannya karena dapat mengganggu sistem operasi yang ada di handphone dan dapat rusak dengan cepat, membuat pembelian sia-sia. Perusahaan yang cerdas akan mempertimbangkan dengan cermat dan belajar tentang proses pengambilan keputusan pembelian atau kemauan konsumen secara keseluruhan. Ketika pelanggan menyadari bahwa mereka memerlukan suatu produk, mereka mulai membuat keputusan pembelian. Proses pembelian menjelaskan mengapa seseorang menyukai, memilih, dan membeli barang merek tertentu. Proses keputusan pembelian terdiri dari lima tahapan yaitu pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian dan evaluasi pasca pembelian (Andrian, dkk, 2022). Bisnis yang berorientasi pada konsumen harus

selalu berubah untuk memenuhi kebutuhannya. Dengan menggunakan perencanaan strategi pemasaran, perusahaan dapat mengetahui faktor sosial dan pribadi yang mendorong seseorang untuk membeli sesuatu. Ini akan membantu mereka mengembangkan inovasi dan perubahan.

Berdasarkan latar belakang yang sudah dijelaskan, tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian Iphone pada Masyarakat Kota Surakarta.

Batasan Masalah

Batasan masalah ditetapkan oleh penulis berdasarkan latar belakang masalah sebelumnya sebagai berikut :

1. Populasi penelitian adalah masyarakat di wilayah Surakarta.
2. Kualitas produk dalam penelitian ini hanya dibatasi pada produk Iphone.

Rumusan Masalah

Kualitas produk Iphone berdampak pada keinginan konsumen yang semakin menurun untuk memilikinya. Ini terjadi karena iPhone tidak lagi dianggap sebagai produk premium oleh banyak orang dari kalangan atas hingga kalangan bawah. Sebelumnya, iPhone hanya dimiliki oleh orang-orang dari kalangan atas yang memiliki gaya hidup tinggi.

Pertanyaan Penelitian

1. Apakah kualitas produk Iphone mempengaruhi keputusan pembelian konsumen?
2. Bagaimana kepuasan konsumen setelah membeli produk Iphone karena kualitas produknya?

Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian diperlukan supaya kegiatan memiliki arah tertentu dengan apa yang diharapkan. Oleh karena itu, tujuan penelitian penulis adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian Iphone pada Masyarakat Kota Surakarta.

Landasan Teori

1. Kualitas Produk

1. Pengertian Kualitas Produk

Kualitas produk merupakan sebuah totalitas yang memiliki karakteristik produk atau jasa dapat memiliki kemampuan untuk memenuhi kebutuhan yang akan dinyatakan implisit. Ely (2021).

2. Indikator Kualitas Produk

Ada beberapa indikator kualitas produk :

- a. Durasi penggunaan produk yang dapat kita gunakan sebagai referensi untuk perbaikan produk yang Performance, yaitu adanya hubungan dengan kualitas barang yang dapat menggambarkan keadaan sebenarnya atau kualitas pelayanan.
- b. Range and type of features, yaitu adanya hubungan dengan fungsi yang ada pada produk atau pelanggan yang sering kali yang berbelanja produk yang memiliki keistimewaan atau kemampuan yang akan dimiliki sebuah produk dan pelayanan tersebut.
- c. Keberlanjutan, merupakan sebuah adanya berkaitan dengan kehandalan diperlukan.
- d. Ciri sensorik, yang mencakup penampilan, corak, daya tarik, variasi, dan beberapa faktor lainnya yang dapat menjadi kualitas penting dalam bagian tertentu.
- e. Ethical profile and image, yang dapat berkaitan dengan adanya bagian terbesar dari kesan seorang pembeli kepada sebuah produk dan pada pelayanan perusahaan. Asman Nasir (2021)

3. Keputusan Pembelian

a. Definisi Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian adalah proses pengambilan keputusan yang dapat dipengaruhi oleh perilaku pelanggan atau konsumen. John Bancin, (2021)

b. Indikator Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian dapat dipengaruhi oleh sejumlah faktor, seperti :

1. Ada kemantapan produk, yang memungkinkan pelanggan untuk memilih untuk mencari informasi tentangnya.
2. Terdapat kebiasaan membeli, yang memungkinkan pelanggan untuk mendapatkan informasi penting dari supplier, yang merupakan indikator keputusan pembelian yang sangat menarik.
3. Rekomendasi dari orang lain, yang dapat memberikan informasi dari atau Kolter Phillip (2021)

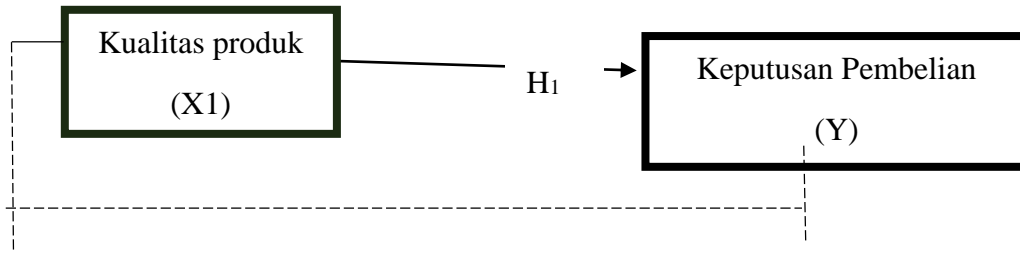
Pembentukan Hipotesis

Kualitas Iphone adalah faktor utama yang memengaruhi keputusan konsumen untuk membeli Iphone. Beberapa penelitian terdahulu menunjukkan bahwa kualitas produk memengaruhi keputusan pembelian konsumen secara positif Shareefetal (2008). Selain itu, kualitas produk memainkan peran penting dalam pengambilan keputusan pembelian

Shaharudin et al. (2011). Berdasarkan uraian tersebut, hipotesis pertama dapat dirumuskan sebagai berikut :

H1 : Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen untuk membeli Iphone.

Kerangka Konseptual



Hipotesis

H1 : Kualitas produk memengaruhi keputusan pembelian secara positif dan signifikan

Metode Penelitian

Jenis Penelitian

Penelitian seperti ini menggunakan penelitian kausal komparatif, yang bertujuan untuk mengetahui hubungan sebab dan akibat. Penelitian kausal berguna untuk menganalisis bagaimana satu variabel mempengaruhi variabel (Sugiyono, 2008). Dengan demikian, kedudukan variabel-variabel yang diteliti dan hubungan antara satu variabel dengan variabel lainnya dapat dijelaskan (Sugiyono, 2008). Penelitian ini menggunakan kuesioner sebagai teknik pengumpulan data untuk mengumpulkan informasi dari sampel penelitian.

Item Petanyaan Kuesioner

A. Variabel Keputusan Pembelian

NO	PERTANYAAN	SS	S	N	TS	STS
1	Iphone menjadi pilihan smartphone yang paling saya inginkan					
2	Saya memerlukan Iphone					
3	Saya bulat dalam pilihan saya untuk membeli dan menggunakan Iphone.					

B. Variabel Kualitas Produk

NO	PERTANYAAN	SS	S	N	TS	STS
1.	Iphone memiliki fitur yang sesuai dengan kebutuhan sehari-hari.					
2.	Iphone dapat menjalankan aplikasi dengan baik					
3.	Iphone merupakan smartphone dengan kualitas software yang berkualitas tinggi					

Gambaran Populasi (Objek) Penelitian

Sampel adalah bagian dari populasi yang tidak terbatas, sehingga jumlahnya tidak dapat diketahui. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan menganalisa data primer karena datanya berupa angka dan analisisnya menggunakan statistik. Menurut Sugiyono (2014), populasi adalah area yang terdiri dari subjek atau obyek yang memiliki kualitas dan atribut tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. Populasi (obyek penelitian) yang digunakan adalah seluruh populasi pengguna smartphone iphone di Surakarta.

Sampel

Sampel adalah sebagian dari total atau ciri ciri yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sinambela, 2021). Jumlah sampel yang diambil dari populasi harus representatif atau mewakili. Beberapa masalah yang perlu diperhatikan dalam penarikan sampel termasuk metode dan ukuran sampel. Berikut adalah pertimbangan yang diambil untuk sampel responden penelitian ini:

1. Masyarakat wilayah Surakarta.
2. Pernah atau sering menggunakan produk iphone.
3. Usia 19 hingga 35 tahun, karena usia ini dianggap produktif dan konsumtif dan memiliki kemampuan untuk melakukan pertimbangan tertentu sebelum membuat keputusan pembelian.

Penelitian ini menjelaskan hubungan antar variabel pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah mengumpulkan data melalui penggunaan kuesioner yang diberikan kepada individu masyarakat wilayah Surakarta. Responden diminta memberikan tanggapan mengenai pengaruh kualitas produk terhadap keputusan untuk membeli produk iphone. Tujuan penelitian ini ialah untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian iphone. Sampel penelitian ini terdiri dari 50 responden yang berasal dari masyarakat wilayah

Surakarta yang pernah membeli dan memakai produk iphone serta minat untuk membeli ulang produk iphone.

Metode Pengambilan Sampel

Penelitian ini menggunakan metode pengambilan sampel non-probabilitas, atau purposive. Metode Purposive sampling memberikan batasan seperti karakteristik atau pertimbangan (Sinambela, 2021). Non-probability sampling tidak memberikan kesempatan atau peluang yang sama untuk setiap anggota populasi (Sinambela, 2021). Metode ini menghasilkan kepemilikan sampel, di mana peneliti telah memahami populasi dan tujuan penelitian sejak awal. Orang-orang yang melakukan pembelian produk iPhone adalah kriteria sampel penelitian ini.

Teknik Pengumpulan Data

Jenis dan Sumber Data

Data primer yang diperoleh melalui pengamatan langsung terhadap subjek yang diteliti, adalah jenis data yang digunakan dalam penelitian ini. Sumber data ini diperoleh secara langsung dari responden tentang bagaimana kualitas produk memengaruhi keputusan pembelian di kota Surakarta untuk konsumen membeli iPhone.

Metode Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan kuesioner, yang merupakan metode pengumpulan data yang menggunakan angket atau daftar pertanyaan yang telah disusun secara sistematis terkait dengan masalah yang dibahas dalam jurnal. Tujuan dari kuesioner ini adalah untuk mengumpulkan informasi dan data tentang dampak kualitas produk terhadap keputusan konsumen untuk membeli iPhone.

Teknik Analisis Data

Analisis Kuantitatif

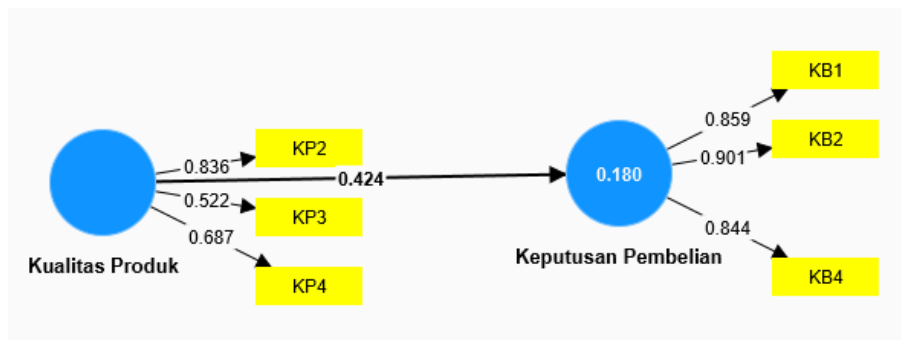
Analisis kuantitatif adalah jenis analisis deduktif di mana teori atau konsep digunakan untuk membuat hipotesis dan kemudian menguji hipotesis tersebut dengan data yang diperoleh. Selanjutnya, data ini dianalisis secara kuantitatif dengan menggunakan statistik deskriptif atau inferensial untuk menentukan apakah hipotesis yang dibuat benar. Sugiyono (2011). Studi ini menggunakan analisis data kuantitatif, yang diawali dengan regresi linier berganda, uji parsial (uji t), uji ketepatan model (uji f), koefisien determinasi (R^2), validitas, reliabilitas, dan uji asumsi klasik (uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heterokedastisitas).

Tahapan Analisis Data

Aplikasi perangkat lunak Smart PLS 4.0 digunakan untuk melakukan analisis data dalam penelitian ini, yang menggunakan regresi linear berganda.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Untuk memperkuat hasil uji reliabilitas, evaluasi luar model tersebut akan melibatkan pengujian convergent validity, discriminant validity, dan composit reliability, bersama dengan Cronbach alpha. Hasil dari setiap pengolahan data akan dijelaskan di bawah ini :



Sumber : Data yang diolah oleh SmartPLS 4.0 , (2024)

1. Uji Validitas
 - a. Konvergent validitas diuji dengan nilai faktor pengisi pada variabel dan indikatornya.

	Keputusan Pembelian	Kualitas Produk	Keterangan
KB1	0.859		Valid
KB2	0.901		Valid
KB3	0.844		Valid
KP2		0.836	Valid
KP3		0.522	Valid
KP4		0.687	Valid

Sumber : Data yang diolah oleh SmartPLS 4.0 , (2024)

Hasil pengujian di atas menunjukkan bahwa setiap indikator yang terlibat dalam variabel penelitian ini memiliki nilai loading factor lebih dari 0,6. Menurut Ghozali (2018), alfa Cronbach dapat diterima jika nilainya lebih dari 0,6, dan keandalan konsisten internal lebih tinggi jika alfa Cronbach lebih dekat dengan 1. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa semua metrik penelitian di atas sah dan dapat digunakan untuk analisis tambahan.

- b. Discriminant Validity

Tiga alat cross loading, htmt, dan fornell-lecker, dapat digunakan untuk menguji validitas discriminant. Jika nilai cross loading indikator pada setiap variabel adalah yang tertinggi dibandingkan dengan variabel lainnya dalam uji cross loading, indikator akan dinyatakan memenuhi discriminant validity.

	Keputusan Pembelian	Kualitas Produk	Keterangan
KB1	0.859	0.384	Valid
KB2	0.901	0.425	Valid
KB3	0.844	0.258	Valid
KP2	0.398	0.836	Valid
KP3	0.171	0.522	Valid
KP4	0.259	0.687	Valid

Sumber : Data yang diolah oleh SmartPLS 4.0 , (2024)

Tabel di atas menunjukkan bahwa masing-masing indikator dari masing-masing variabel penelitian memiliki nilai cross-loading yang lebih besar pada variabel yang dibentuk daripada nilai cross-loading pada variabel lainnya. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa indikator-indikator dalam penelitian ini memiliki validitas discriminant yang baik dalam menyusun masing-masing variabel.

c. Variasi Rata-rata Diekstraksi (AVE)

Variabel	Variasi Rata-rata Diekstraksi AVE)
Keputusan Pembelian	0.754
Kualitas Produk	0.481

Sumber : Data yang diolah oleh SmartPLS 4.0 , (2024)

Semua variabel dianggap dapat diandalkan, karena data dari tabel di atas menunjukkan bahwa nilai AVE masing-masing variabel lebih besar dari 0,5.

2. Uji Ketepatan

a. Composite Reability

Variabel	Variasi Rata-rata Diekstraksi AVE)
Keputusan Pembelian	0.754
Kualitas Produk	0.481

Sumber : Data yang diolah oleh SmartPLS 4.0 , (2024)

b. Cronbatch Alpha

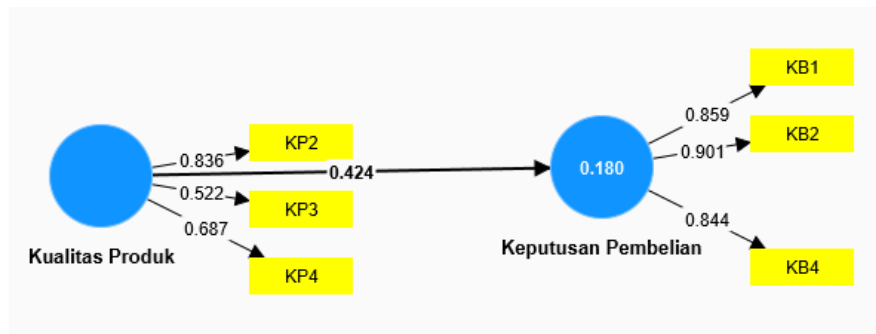
Variabel	Variasi Rata-rata Diekstraksi AVE)
Keputusan Pembelian	0.840
Kualitas Produk	0.487

Sumber : Data yang diolah oleh SmartPLS 4.0 , (2024)

Tabel di atas menunjukkan bahwa masing-masing variabel memenuhi asumsi reliabilitas karena nilai cronbatch alpha masing-masing variabel tersebut adalah lebih dari 0,6.

Hasil pengujian model structural (inner model).

Path coefficient dan uji hipotesis akan dijelaskan selama evaluasi internal model penelitian ini.



Sumber : Data yang diolah oleh SmartPLS 4.0 , (2024)

1. Uji Koefisien Jalur

Uji ini menunjukkan seberapa kuat efek atau pengaruh variabel independen terhadap variabel dependent. Sementara koefisien penentuan bermanfaat untuk menentukan seberapa besar pengaruh variabel endogen terhadap variabel lain. Jika dilihat dari gambar di atas, dapat dijelaskan bahwa kualitas produk terhadap keputusan pembelian memiliki nilai path coefficient sebesar 0,180.

2. Uji Penentuan Coefficient

	R-square
Keputusan pembelian	0.180

Sumber: Hasil olah data SmartPLS 4.0, (2024)

Tabel di atas menunjukkan nilai R², yaitu keputusan pembelian sebesar 0,180 untuk masing-masing variabel yang ditampilkan. Nilai R² ini menunjukkan bahwa variabel tersebut berada dalam kategori kuat.

	Original sampel (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (O/STDEV)	P values	Ket
Kualiatas Produk > Keputusan Pembelian	0.424	0.457	0.093	4.556	0.000	Diterima

Sumber: Hasil olah data SmartPLS 4.0, (2024)

Uji Hipotesis 1 : Pengaruh Persepsi Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian:

Hasil uji hipotesis pertama menunjukkan bahwa nilai sampel awal 0,424 (positif), nilai tstatistik 4.556, dan nilai p-value 0.000, yang menunjukkan bahwa penerapan Persepsi Kualitas Produk dapat meningkatkan keputusan pembelian Iphone dengan nilai t-statistik 4.556 dan p-value 0.000. Sehingga hipotesis 1 dapat diterima karena harga berdampak positif dan signifikan pada keputusan pembelian.

PEMBAHASAN

Hasil uji hipotesis 1 menunjukkan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hipotesis 1 terbukti benar. Ketika pelanggan memiliki persepsi yang lebih baik tentang kualitas produk, mereka akan lebih termotivasi untuk melakukan pembelian. Hal ini juga sesuai dengan angka besar, jadi tidak ada hubungan yang signifikan antara faktor kualitas produk dan faktor yang memengaruhi keputusan pembelian. Keputusan pembeli akan dipengaruhi oleh setiap perubahan pada kualitas produk yang indikatornya termasuk fitur yang sesuai dengan kebutuhan, aplikasi yang dapat dijalankan dengan baik, dan software berkualitas tinggi. Temuan ini didukung oleh penelitian kualitas produk sebelumnya yang dilakukan oleh Dhenta Megasavitri Susanto dan Krido Eko Cahyono (2021), Setiawan Tri Saputra, Kadarisman Hidayat, dan Sunarti (2017).

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil ini, dapat disimpulkan bahwa:

1. Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap tingkat kepuasan pengguna iphone.
2. Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian pengguna iphone.
3. Hasil analisis menunjukkan bahwa faktor keputusan pembelian memiliki dampak signifikan terhadap kepuasan pengguna iphone.

Saran hasil penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, sehingga perusahaan smartphone Apple harus terus mengembangkan serta meningkatkan produk mereka. Produsen smartphone merk iphone harus dapat membuat produk yang dihasilkan memiliki kualitas yang telah terbukti memiliki keunggulan sejak awal.
2. Karyawan smartphone merk iphone harus menyampaikan informasi produk memenuhi spesifikasi. Oleh karena itu, perusahaan smartphone merk iPhone harus memberikan pelatihan menyeluruh tentang informasi produk dan cara menggunakannya sehingga pelanggan tidak merasa tertipu antara apa yang mereka terima tentang produk dan apa yang sebenarnya mereka gunakan.

DAFTAR PUSTAKA

- Asman Nasir. (2021). *Studi kelayakan bisnis* (Kodri (ed.)). CV.Adanu Abimata.
- Bancin budiman john. (2021). *Citra merek dan word of mouth*.
- Ely, (2021). *Penataan produk*.
- Gitosudarmo, Indriyo. (2014). *Manajemen Operasi*, Yogyakarta: BPFEEYogyakarta.
- Kotler Phillip. (2021). *manajemen pemasaran*. CV Budi Utama, Jakarta
- Pandey, R. et al., 2021. *Analysis the Effect of Product Quality and Price on Purchase Decision(Case Study of Adidas India,Indonesia,and Malaysia)*. *International Journal of Accounting & Finance in Asia Pasific*, Volume 4, pp. 71-85.
- Saputra, S. T., Hidayat, K., & Sunarti, S. (2017). *Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian dan dampaknya terhadap kepuasan konsumen pengguna iphone (survei pada mahasiswa fakultas ilmu administrasi universitas brawijaya malang)* (Doctoral dissertation, Brawijaya University).
- Susanto, D. M., & Cahyono, K. E. (2021). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Iphone (Studi Pada Mahasiswa di Surabaya). *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 10(1).