

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk, persepsi harga secara parsial terhadap keputusan pembelian dan dampaknya terhadap kepuasan konsumen pengguna iPhone. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan kuantitatif yaitu, penelitian yang menitikberatkan pada pengujian hipotesa dengan alat analisa metode statistik dan menghasilkan kesimpulan yang dapat di generalisasikan. Sampel pada penelitian adalah 100 responden mahasiswa Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Mahardhika Surabaya yang menggunakan smartphone iPhone. Sample responden dalam penelitian ini menggunakan metode probability sampling. Sedangkan metode pengambilan sampel penelitian ini menggunakan metode simple random sampling. Alat uji yang digunakan adalah teknik analisis jalur dengan software SPSS 25.0 *for windows*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara berturut-turut variabel kualitas produk, persepsi harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sebesar 41%, 47%. Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen sebesar 21,9%, sedangkan variabel persepsi harga yang tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pengguna iPhone. Keputusan pembelian berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen sebesar 57,6%. Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen melalui keputusan pembelian sebesar 23,6%. Persepsi Harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen melalui keputusan pembelian sebesar 27%.

**Kata Kunci : Kualitas Produk, Persepsi Harga, Keputusan Pembelian, dan
Kepuasan Konsumen**