ABSTRAK

Alat komunikasi merupakan salah satu kebutuhan yang tidak kalah penting dalam kehidupan manusia. Salah satu jenis alat komunikasi yang sering digunakan pada saat ini adalah *smartphone*. Dalam keputusan pembelian sebuah produk, seorang pembeli harus mencari tahu tentang produk tersebut. Seperti faktor harga, manfaat produk, merek produk dan pengalaman orang lain tentang produk tersebut. Tujuan dari penelitian ini adalah menganalisis pengaruh persepsi harga, kualitas produk dan *word of mouth* terhadap keputusan pembelian dengan citra merek sebagai variabel intervening.

Penelitian ini dilakukan bagi mahasiswa/i di Universitas Diponegoro. Jumlah sampel dalam penelitian ini yakni sebanyak 150 responden. Dengan metode pengumpulan data melalui kuesioner dan metode pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *non probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Penelitian ini menggunakan Structural Equation Modelling (SEM) sebagai alat analisis.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap citra merek, kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap citra merek dan citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap citra merek. Selain itu diketahui bahwa citra merek terbukti memediasi hubungan antara harga, kualitas produk dan *word of mouth* terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci : Persepsi Harga, Kualitas Produk, *Word of Mouth*, Citra Merek, Keputusan Pembelian.